

البرامج الإخبارية في الإذاعة والتلفزيون

الدكتور محمد العمر

تـدقـيـق:

الدكتورة نـهلة أبو رشيد

الدكتورة سميرة شيخاني

الدكتورة الـهام العيناوي



ISSN: 2617-989X



Books & Refrences

البرامج الإخبارية في الإذاعة والتلفزيون

الدكتور محمد العمر

من منشورات الجامعة الافتراضية السورية

الجمهورية العربية السورية 2020

هذا الكتاب منشور تحت رخصة المشاع المبدع – النسب للمؤلف – حظر الاشتقاق (CC– BY– ND 4.0)

https://creativecommons.org/licenses/by-nd/4.0/legalcode.ar

يحق للمستخدم بموجب هذه الرخصة نسخ هذا الكتاب ومشاركته وإعادة نشره أو توزيعه بأية صيغة وبأية وسيلة للنشر ولأية غاية تجارية أو غير تجارية، وذلك شريطة عدم التعديل على الكتاب وعدم الاشتقاق منه وعلى أن ينسب للمؤلف الأصلي على الشكل الآتي حصراً:

محمد العمر، الإجازة في الإعلام والاتصال ، من منشورات الجامعة الافتراضية السورية، الجمهورية العربية السورية، 2020

متوفر للتحميل من موسوعة الجامعة https://pedia.svuonline.org/

News Programs in Radio and TV

Mohamed Al Omar

Publications of the Syrian Virtual University (SVU)

Syrian Arab Republic, 2020

Published under the license:

Creative Commons Attributions- NoDerivatives 4.0

International (CC-BY-ND 4.0)

https://creativecommons.org/licenses/by-nd/4.0/legalcode



Available for download at: https://pedia.svuonline.org/

الـــــفـــــهـــــرس

الوحدة التعليمية الأولى
اللغة الإعلامية

أولاً: مفهوم علم اللغة:



لقد فرق العلماء بين اللغة ومفهوم اللسان، فاللغة مجموعة من الإجراءات الفسيولوجية والسيكولوجية التي تمكن الإنسان من الكلام، أما اللسان فهو استعمال تلك الإجراءات بصورة علمية، وقد فرق العالم اللغوي (ابن جنى) بين ما تحرك فيه شفاه الناس من "قول" وبين "الكلام" الذي اشترط فيه استقلال اللفظ وإفادة المعنى، وبذلك ليس كل قول كلاماً، فاللغة علامات وأصوات ذات دلالات.

واللغة كما يذهب إلى ذلك د.عثمان أمين، وظيفة التعبير اللفظي عن الفكر سواء كان داخلياً أو خارجياً، وهي استعمال وظيفة التعبير اللفظي عن الفكر في حالة معينة، واللغة أيضاً هي كل نظام من العلاقات الدالة يمكن أن يستخدم وسيلة اتصال، ثم هي القدرة على اختراع العلاقات الدالة، أو استعمالها قصداً أو عمداً.

ومن هنا يمكن القول أن ظهور اللغة عند الإنسان إنما يمثل فجر الحضارة الإنسانية، فالإنسان لم يصبح سيد العالم إلا لأنه استطاع أن يقيم بينه وبين العالم شبكة من الكلمات هي بمثابة وسائط، فاللغة هي التي مكنت الإنسان من تحديد الأشياء وتوضيح الأفكار التي تخالجه عن تلك الأشياء. والمعنى الاشتقاقي للغة هو أنها تلك التي تتعلق باللسان الإنساني، وهي التي تحمل معنى، أو كل شيء له معنى مفيد، أو كل شيء ينقل المعنى من عقل إنساني لآخر.

إن علم اللغة هو دراسة اللغة، والمعنى الاشتقاقي للغة هو أنها "تلك التي تتعلق باللسان الإنساني"، وهناك تعريفات أوسع للغة بأنها "تلك التي تحمل معنى"، أو "كل شيء له معنى مفيد"، أو "كل شيء ينقل المعنى من عقل إنساني لآخر"، وفي هذه التعريفات الواسعة لا تقتصر اللغة على صورتها المتكلمة فقط، وإنما تحوي إلى جانب ذلك الإشارات، والإيماءات، وتعبيرات الوجه، والرموز من أي

نوع، مثل إشارات المرور، والأسهم، وحتى الصور والرسوم، وكذلك دقات الطبول الخاصة في أدغال إفريقية، وإطلاق الدخان بطريقة معينة بين الهنود الأمريكيين، كل هذه الأشكال للنواقل المعبرة تلقى اهتمام عالم المعنى الذي يهتم بكل رمز له معنى مفيد، بغض النظر عن أصله وطبيعته ودلالته.

ويعرف فؤاد ترزي علم اللغة بقوله:

"المقصود بعلم اللغة هو دراسة اللُّغة بصورة عامَّةٍ، واستخلاص قواعد تتعلّق بأصولها وتراكيبها، ودلالة ألفاظها مفردةً ومركبة، على أن تكون هذه الدراسة دراسةً تحليليّة مبنيّة على حاضر اللغة وواقعها".

أما د. رمضان عبد التواب فيعرف علم اللغة بأنه: "العلم الذي يبحث اللغة، ويتخذها موضوعًا له، فيدرسها من النواحي: الوصفيّة، والتاريخيّة، والمقارنة، كما يدرس العلاقات الكائنة بين اللُّغات المختلفة، أو بين مجموعةٍ من هذه اللغات، ويدرس وظائف اللغة وأساليبها المتعدّدة، وعلاقتها بالنظم الاجتماعية".

ويحظى رأي "دي سوسير" بشأن تحديد علم اللغة بقبولٍ لدى اللُّغويّين المحدثين، ولذلك نؤثر جعله أساساً ومنطلقاً لحديثنا، ومن هؤلاء ماريوباي الذي أشاد بتحديد دي سوسير لعلم اللغة الوصفي، ووسمه بالوضوح والدقة الفاصلة بين فرعي علم اللغة.

وهكذا فعلم اللّغةِ يَسْتقي مادَّتَه من النظر في "اللغات" على اختلافها، وهو يحاول أن يصل إلى فهم الحقائق والخصائص التي تسلُكُ اللُّغاتِ جميعاً في عقدٍ واحد.

فموضوع علم اللغة إذن ليس لغةً معيَّنةً من اللُّغات، بل اللُّغة من حيث هي وظيفة إنسانيّة، والتي تبدو في أشكال نظم إنسانيَّةٍ اجتماعيَّة تسمَّى اللُّغاتِ كالروسيّة والإيطاليّة والإسبانيّة أو اللهجات أو أيّ اسمٍ آخر من الأسماء، هذه الصورة المتنوِّعة المتعدِّدةُ واحدةٌ في جوهرها، وتمثّل وظيفة إنسانيّة.

ثم يقول أيضاً: "هذه هي اللُّغة التي هي موضوع علم اللُّغة، أمّا معنى قول دي سوسير: إنّ علم اللغة يدرس اللغة "في ذاتها"، فهو أنّه يدرسُها من حيثُ هِيَ لغةٌ، يدرسها كما هي، يدرسها كما تظهر، فليس للباحث فيها أن يغيِّر من طبيعتها، فليس له أن يقتصر في بحثه على جوانب من اللغة مستحسناً إيّاها، وينحّي جوانب أخرى استهجاناً لها، واستخفافاً بها، أو لغرضٍ في نفسه، أو لأَيِّ سببٍ آخر من الأسباب.

وأمّا أنّ علم اللغة يدرس اللغة "من أجْل ذاتها" فمعناه أنّه يدرسها لغرض الدراسة نفسها، يدرسها دراسةً موضوعيّة تستهدف الكشف عن حقيقتها، فليس من موضوع دراسته أن يحقّق أغراضاً تربوّيةً مثلاً، أو أيَّةَ أغراضٍ عمليّةٍ أخرى، إنّه لا يدرسها هادفاً إلى ترقيتها أو إلى تصحيح جانب منها أو تعديل آخر، إنّ عمله قاصرٌ على أن يصفها ويحلّلها بطريقة موضوعيَّة.

ثانياً: نشأة اللغة:

طرحت عدة نظريات حول نشأة اللغة منها:

النظرية الأولى:



تقرر أن الفضل في نشأة اللغة الإنسانية يرجع إلى إلهام إلهي هبط على الإنسان فعلمه النطق، وأسماء الأشياء.

وقد ذهب إلى هذا الرأي الفيلسوف اليوناني هيراكليت، وفي العصور الوسطى ابن فارس في كتابه الصاحبي، وحديثاً "الأب لامى" في كتابه فن الكلام، ودوبولاند في كتابه التشريع القديم.

النظرية الثانية:



تقرر أن اللغة ابتدعت واستحدثت بالتواضع والاتفاق، وارتجلت ألفاظها ارتجالاً.

وممن ذهب إلى هذا الفيلسوف ديمو كريب، وكثير من باحثي فقه اللغة في العصور الوسطى، وحديثاً آدم سميث، ودجلر ستيورات.

النظرية الثالثة:



يرجع الفضل في نشأة اللغة إلى غريزة خاصة، زود بها في الأصل جميع أفراد النوع الإنساني، وكانت هذه الغريزة تحمل كل فرد على التعبير عن كل مدرك حسي أو معنوي بكلمة خاصة به، وهذه الغريزة كانت متحدة عند جميع الأفراد في طبيعتها، ووظائفها، وما يصدر عنها، وإنه بفضل ذلك اتحدت المقررات وتشابهت طرق التعبير عند الجماعات الإنسانية الأولى.

وممن ذهب إلى هذا ماكس مولر MAX muller والعلامة الفرنسي رينان Renan.

النظرية الرابعة:



يرى أصحابها أن اللغة الإنسانية نشأت من الأصوات الطبيعية (التعبير الطبيعي عن الانفعالات، أصوات الحيوان، أصوات مظاهر الطبيعة، الأصوات التي تحدثها الأفعال عند وقوعها كصوت الضرب والقطع والكسر)، وسارت في سبيل الرقي شيئاً فشيئاً تبعاً لارتقاء العقلية الإنسانية وتقدم الحضارة واتساع نطاق الحياة الاجتماعية، وتعدد حاجات الإنسان.

ثالثاً: مستويات اللغة:

من المؤكد أن لغة كلغتنا العربية تتعدد جوانب الثراء فيها، ولا بد وأن ينعكس ذلك على قدراتها، وتنوع مستوياتها، وبالتالي وظائفها، ومن هذا التعدد والتنوع تتجلى أهميتها في مجتمعاتنا العربية، ولاسيما إذا نظرنا إلى هذه الأهمية، في ظل مناخ ينادى فيه بالعولمة أو الكونية.

<u>المستويات الثلاث للتعبير اللغوي:</u>

يحدد علماء اللغة ثلاثة مستويات للتعبير اللغوي:

- **المستوى الأول: هو** المستوى التذوقي الفني الجمالي ويستعمل في الأدب والفن.



- **المستوى الثاني:** هو المستوى العلمي النظري التجريدي ويستعمل في العلوم.



- **المستوى الثالث:** هو المستوى الاجتماعي العادي، وهو الذي يستخدم في الصحافة والإعلام بوجه عام.



المعايير الاصطفائية لتحديد مستويات اللغة:

تخضع مستويات اللغة لمعايير اصطفائية قسمها برنار بوتييه إلى:

- **المعيار الاجتماعي:** يعكس واقع التباين بين الطبقات في المجتمع، كما يلقي الضوء على ما في المجتمع من مستويات ثقافية مختلفة، فللمثقفين لغتهم، وتسمع من أبناء الطبقة لا شعبية لغة أخرى مختلفة بألفاظها ودلالاتها كما تلاحظ اشتراك طبقات المجتمع كلها في جانب من جوانب اللغة.
- **المعيار الصوتي والصرفي النحوي:** نميز به اللغة الأدبية الرفيعة، واللغة الحيادية (الموضوعية) واللغة المحكية الشائعة، واللغة المبتذلة.
- **المعيار المفرداتي:**تعرف به اللغة الأدبية، واللغة المحكية الشائعة، كما تحدد به اللغة التقنية أو (لغة المهنة).
- **المعيار اللغوي العرفي:** نقف به على اللغات الإقليمية واللهجات المحلية وعلى اللغة العامة.

تطرح في إطار مشكلة مستويات اللغة، مسألة تمثل أهمية خاصة في مجال دراستنا الإعلامية، ونعني بهذه المسألة: مستويات اللغة التخصصية، لا سيما في ظل تنامي أهمية الإعلام المتخصص، أو الصحافة المتخصصة.

مستويات اللغة المتخصصة كما يحددها هوفمان:

يرى (هوفمان) أن اللغة التخصصية تتضمن ثلاثة مستويات هي:

- اللغة العلمية أو لغة النظريات.
- اللغة التخصصية الشائعة أو كما تسمى لغة ميدان العمل "الورشة".؟
- اللغة العلمية المبسطة.

رابعاً: اللغة ووسائل الاتصال:

من المعروف بأن اللغة هي مجموعة الرموز التي تمثل المعاني المختلفة، وهي مهارة اختص بها الإنسان دون غيره من الكائنات الحية الأخرى، وقد اختلف أهل النظر حول أصل اللغة:

- تواضع واصطلاح، أي أن الألفاظ هي من وضع أرباب اللغة واصطلاحهم.
- وحي وتوقيف أي بأن الألفاظ تدل على المعاني، فلا يصح استبدال حروفها مع الحفاظ على جوهر الشيء المادي الذي تعبر عنه هذه الحروف.

وسواء أخذنا بالمنطق النفسي للأبجدية، أو بتكوين الحروف من الأصوات التي تقرع بها شفاهنا، فإننا في حضرة اللغة العربية نرى بأنه ليس عبثاً إن كان ترتيبها على طريقة خاصة، وبأن أحداً لا يمكنه أن يعطل ترقيم هذه الحروف، أو أن يلغي منها، أو يزيد عليها.

إنه إعجاز الأبجدية، فلكل حرف في لغتنا مخرج يختلف عن مخرج سواه، وهذه المخارج تتراوح بين الرئة والفم مما يسبب كل هذه التنويعات في الحروف عن حلقية، وشفاوية، ولثوية، ولهوية، وشجرية وما إلى هنالك.

يعتمد الراديو كوسيلة اتصال على هذه الأصوات في نقل الرسائل المختلفة إلى جمهور المستمعين، من خلال عملية ذهنية وفسيولوجية معقدة.

اللغة هي عملية "إنتاج الكلام" حيث توضع الأفكار والمعلومات والتصورات في قالب رمزي، ولكي تنقل هذه اللغة ينبغي أن تتحول إلى أصوات، ولكي تحدث هذه الأصوات تأثيرات خاصة يجب أن تخضع لأساليب وطرائق معينة عند نطقها لتعبر عن المعاني والإيحاءات المطلوبة.

فاللغة وإن كانت تتركب أساساً من كلمات، إلا أنه يجب أن نفرق بين الكلمة و"صوت الكلمة"، فالكلمة حين ينطقها المتحدث تتحول من صورة في الذهن إلى حقيقة حسية مسموعة، يمكن إدراكها بحاسة السمع، ومن هنا يمكن أن نقول بأن الفرق بين الكلمة واللفظ هو الفرق بين اللغة والكلام، فاللغة وإن كانت تتكون من كلمات إلا أنها صامتة، أما الكلمات تتكون من ألفاظ ومن ثم فهي محسوسة، وبذلك تكون اللغة سكون والكلام حركة، وتكون أصوات الكلام بمثابة الجانب العملي للغة.

ومن المعروف أن الإلقاء الجيد يعني وضوح الأصوات الأساسية للكلام، وأن النطق الخاطئ يحدث في معظم الأحيان نتيجة للإهمال وإخراج الأصوات بطريقة رديئة، أما تنويع الصوت وتلوينه والتحكم في

سرعته، فهو الذي يحقق التشويق ويوضح مضمون الكلام، بذلك تتحقق الغاية من الأداء اللغوي وهي "التعامل" والإفصاح، أي استخدم اللغة للتأثير في البيئة والمجتمع من خلال التعبير عن الآراء والأفكار والمفاهيم المختلفة، ومن ثم فإن هذه الغاية لا يمكن أن تتحقق على النحو المرغوب مالم يتيسر الإلمام الكافي باللغة وأصواتها ووظيفتها والمعنى الدلالي لها وكيفية استخدامها استخداماً صحيحاً وفعالاً، أي معرفة عناصر اللغة، التي تشمل على أنظمة الصرف والنحو والأصوات"·

خامساً: اللغة الإعلامية في العمل الإعلامي:

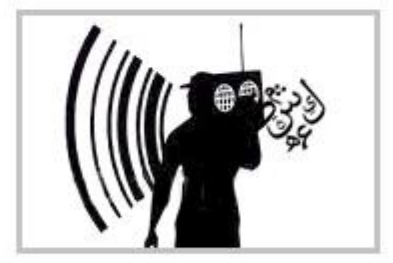
لقد عرف النقاد العرب النثر بأنه الكلام المرسل من قيود الوزن والقافية، وهو تعريف مبسط ومباشر، وقسموا هذا النثر إلى ثلاثة أنواع وهي:



- النثر العادي.
- النثر العلمي.
- النثر الفني.



ولكن ظهور الصحافة العربية في القرن التاسع عشر الميلادي دفع بعض أساتذة الصحافة والأدب إلى إضافة نوع رابع من أنواع النثر، أسموه النثر العملي، أي النثر الصحفي، وقالوا إن هذا النثر يقف في منتصف الطريق بين النثر الفني، أي لغة الأدب، والنثر العادي، أي لغة التخاطب اليومي.



هذا هو البعد التاريخي لنشأة لغة الصحافة في عالمنا العربي المعاصر، ولكن هل لغة الإذاعة (راديو وتلفزيون) هي لغة الصحافة أم أنها النثر العادي: أي لغة التخاطب العادية؟

يرى الدكتور محمد سيد محمد أن الإجابة عن هذا السؤال غير دقيقة، فبرامج الإذاعة متفاوتة لغوياً ومحطات الإذاعة (راديو وتلفزيون) متفاوتة في المستوى الثقافي تفاوتاً كبيراً، ولكن الذي لا شك فيه أن لغة الإذاعة تنتمي إلى اللغة المنطوقة بينما تنتمي لغة الصحافة إلى اللغة المكتوبة.

الفرق بين اللغة المكتوبة واللغة المتكلمة:

ويفرق فندريس بين اللغة المكتوبة واللغة المتكلّمة:

- فاللغة المكتوبة:
  - منسقة بما فيها من جمل تابعة وحروف وصل وأسماء موصولة وبما تحتوي عليه من أدوات وأقسام.
  - العناصر التي تسعى اللغة المكتوبة إلى أن تسلكها هي "كلٌّ متماسك"، بينما تبدو في اللغة المتكلمة منفصلة ومنفصمة ومقطعة الأوصال.
- اللغة المتكلمة:
  - يختلف الترتيب في اللغة المتكلمة عنه في اللغة المكتوبة، إذ ليس هناك ذلك الترتيب المنطقي الذي يمليه النحو الجاري، بل ترتيب له منطقه، ولكنه منطق انفعالي قبل كل شيء، ترصّ فيه الأفكار لا وفقاً لقواعد الموضوعية التي يفرضها التفكير المتصل، بل وفقاً للأهمية الذاتية التي يخلعها عليها المتكلم أو التي يريد أن يوحى بها إلى سامعه.

الفرق بين اللغة المكتوبة واللغة الأدبية:

يحذر فندريس من الخلط بين ما نسميه اللغة المكتوبة وما نسميه اللغة الأدبية، فقد تجتمع التسميتان في لغة واحدة، وقد تتعارضان:

- اللغة المكتوبة في غالب الأمر عبارة عن اللغة المشتركة.
- اللغات الأدبية تتميز عن اللغة المشتركة في غالب الأحيان، لأن رجال الأدب في كثير من الأقطار، من شعراء وقصاص يكونون طبقة منعزلة لها تقاليدها وعوائدها وامتيازاتها.

ويرى الدكتور محمد سيد محمد أن لغة الإعلام ليست اللغة الخاصة، واللغة الخاصة عند علماء اللغة هي تلك اللغة التي لا تستعملها إلا جماعات من الأفراد وجدوا في ظروف خاصة مثل اللغة القانونية في حيثيات أحكام القضاة، ومثل استخدام الكاثوليك في الطقوس الدينية للغة اللاتينية، ثم اللغات العامية الخاصة.

وعندما نؤكد أن لغة الإعلام ليست اللغة الخاصة، نستند إلى واقع لا مراء فيه وهو أن الإعلام يعالج كافة الزوايا القانونية والدينية والاجتماعية وغيرها، ولكن بلغته هو أي بلغة الإعلام.

وإذا كان البحث يبين لنا أن لغة الصحافة غير لغة الإذاعة (راديو وتلفزيون) وأن لغة الإعلام ليست هي لغة الأدب، فينبغي أن ندرك أن ذلك من باب التصنيف العلمي، وأن الحواجز ليست قائمة بين هذه التقسيمات اللغوية، وإنما هي حدود للاسترشاد وللبحث[7].

وبالرغم من شيوع مصطلح اللغة الإعلامية وتداوله في كثير من الكتب والدراسات فإنه لا يوجد تعريف محدد أو معين لهذا المصطلح، إذ إن كل الكتب والدراسات تجنح لتوصيف هذه اللغة أكثر مما تجنح لتعريفها، وتميل إلى ذكر خصائصها وسماتها أكثر مما تميل إلى ذكر عناصرها ومحددات اختلافها وتميزها.

ومن ذلك ما ذهب إليه البعض من أن اللغة الإعلامية هي "اللغة التي تشيع على أوسع نطاق، في محيط الجمهور العام، وهي قاسم مشترك أعظم في كل فروع المعرفة والثقافة والصناعة والتجارة والعلوم البحتة والعلوم الاجتماعية والإنسانية والفنون والآداب.. ذلك لأن مادة الإعلام، في التعبير عن المجتمع والبيئة، تستمد عناصرها من كل فن وعلم ومعرفة.

ويذهب الدكتور عبد العزيز شرف (1985) إلى أن "لغة الإعلام هي لغة الحضارة... وقد كان طبيعياً أن يسعى الإعلام للإفادة من مزايا اللغة العربية حضارياً، ويحقق التحول العظيم بتضييق المسافة بين لغة الخطاب ولغة الكتابة، ويفتح الطريق أمام اللغة الفصحى لتتسرب في كل مكان، واللغة هي وسيلة الإعلام أو المنهج الذي تنقل به الرسالة من المرسل إلى المستقبل، فاللغة اللسانية والإشارات، والصور، والسينما كلها وسائل لنقل الرسالة.

ويذهب الدكتور محمد سيد محمد (1984) إلى أن "الحقل المشترك بين اللغة والإعلام في العلاقة بين اللفظ والمعنى هو حقل الدلالة، فعلماء اللغة يعنون "بعلم الدلالات" وعلماء الإعلام يهتمون بالإطار المشترك بين مرسل الرسالة ومستقبلها حتى يتم الإعلام في هذا الإطار المشترك ولا تسقط الرسالة خارجه، ويمثل اللفظ القاسم المشترك في هذا الحقل، حقل الدلالة، بين اللغة والإعلام".

يجلي بعض الباحثين موقع الاتصال بين وظائف اللغة فيقول: لقد كان الاتجاه السائد قديماً يؤكد أن اللغة وعاء الفكر وأن وظيفتها هي التعبير عن الفكر البشري، سوء كان متعلقاً بأمور عقلية محضة أم بالعواطف والأحاسيس والرغبات الإنسانية، أما المحدثون فكثير منهم يفضلون أن يقصروا وظيفة اللغة على الاتصال.

لقد كثر الحديث عن أهمية لغة الإعلام كجنس لغوي خاص به وفق ميادين التواصل الإعلامي المختلفة، فالعمل الإعلامي كان على صلة من حيث مريديه بالخطابة العربية، فالخطباء والمنشؤون هم أول من تحمل مسؤولية الكتابة الصحفية، ومع بداية العمل الإذاعي، انتقل المبروزن إلى ساحته.

وإذا كانت الصحافة في بدايتها العربية بشكل عام والسورية (بلاد الشام) بشكل خاص حريصة على عدم الوقوع في أخطاء نحوية أو لغوية، كما أنها كانت حريصة على استخدام الفصحى والبعد قدر الإمكان عن العامية، فلقد كان ذلك هو ديدن العمل الإذاعي عامة.

لكن تسارع هذا المجال، فالمتغيرات التي واجهته (ولا سيما السياسية) واتساع فضاءاته جعلت الكثير من ميادينه تتطلب عاملين ومشاركين، ولو بخبرات أقل، من حيث اللغة أو المعرفة.

الأمر الذي أوقع الكثير من هذه الوسائل في أخطاء لا تتلاءم والمستوى المطلوب، سواء من حيث الذوق أو المستوى أو اختيار اللفظ بالمعنى المطلوب.

وحين نقول أن هناك لغة إعلامية، فإن ذلك ينسحب ليس فقط على اللغة العربية فحسب، إنما على جميع اللغات، الأمر الذي يعني وجود مقومات للغة الإعلامية، تماماً كما نقول بلغة الرواية على سبيل المثال.

فتجريد المعاني الإبداعية إلى لغة مقروءة مفعمة بالحيوية والجمالية المؤثرة يحتاج إلى قدرة إبداعية خاصة من الأديب في أي جنس أدبي يبدع به.

وكذلك الأمر في العمل الإعلامي، واللغة هي أهم مقومات العمل الأدبي أو الإعلامي، إذ أن اللغة المصاغة بجمالية مطلقة هي الكفيلة باجتذاب الآخر إلى الفكرة وإثارة انتباهه، مع البعد عن الرموز والكنايات المستنفذة التي فقدت طلقتها الإيمائية من كثرة الاستهلاك، فاللغة الغنية والمعبرة والرشيقة تسهم في ارتقاء وتطور الذوق والتعمق في التأمل وشحذ الفكر واستخلاص صور جديدة واسعة.

فالإعلامي يستخدم في كتاباته أو أحاديثه أو حواراته لغة تتلاءم وطبيعة الموضوع ومستوى الجهة المستهدفة من العمل الإعلامي، فلكل إعلامي لغته، ولو أن الإعلام يتسع لأجناس إعلامية مختلفة من الكتابة الصحفية إلى الحديث الإذاعي أو الحديث التلفزيوني، فالصورة والحركة إضافة إلى الصوت والأداء واللغة الواضحة غير المقعرة تشكل حضوراً مقبولاً ومؤثراً.

أما الكتابة الصحفية فجنس إعلامي يعتمد الكلمة والصياغة والقدرة على تقديم الفكرة باختصار غير مخل وبوضوح وسلاسة.

سادساً: الإعلام باللغة العربية:

إن اللغة وطن وهوية وأداة تفكير أو طريقة تفكير بالنسبة للغة العربية كما اللغات الأخرى، فاللغة العربية تستقوي بمراجع أو مصادر أساسية لها قدسيتها وتاريخيتها وسعتها أيضاً، وهو ما جعلها محافظة على قواعدها منتشرة ومفهومة وقوية في مواجهتها لحملات الإلغاء والتغريب والانتقال إلى العامية التي يخطط البعض لانتصارها على الفصحى وتعميمها تشبهاً بحال اللغة اللاتينية وهزيمتها أمام اللغات الأوربية.

وإذا كانت هذه القوة التي تتمتع بها اللغة العربية مدعاة للاطمئنان النسبي، فإنها في الوقت نفسه بحاجة إلى مدها بعناصر متجددة ودائمة، وهو ما تحاول مجامع اللغة العربية في الوطن العربي عبر اتحادها، أن تعمل من أجله في وضع المصطلحات وتيسير تعلم اللغة العربية والاستفادة من مزاياها في البحث والاشتقاق والتعريب والوضع والتوليد وما إلى ذلك.

يمكن التوقف عند أهمية الإعلام المسموع والمرئي إضافة إلى المكتوب ورقياً أو إلكترونياً في التركيز على استعمال لغة صحيحة لأكثر من سبب، مشيراً إلى مفاهيم جديدة أدخلها النص الإلكتروني في

مفهوم النص المترابط، وهو مفهوم جديد جاء نتيجة التطور الذي حققته وسائل الإعلام ويجري توظيفه للدلالة على النص من خلال شاشة الحاسوب.

في هذا السياق يذكر د. سعيد يقطين أن النص المترابط يتحقق من خلال أحد البرامج التي تتيح ترابطه لكي يشغلها الكاتب أو يوظفها في النص بعد تأثره بالسمات التالية: القصد والتنظيم والإنجاز وفق تحديدات تتصل بالمفهوم ودلالته المتعددة وأنواعه وأشكاله والشروط الخاصة بعملية القراءة.

وهذه الأسباب لا تستند إلى تعصب للغة العربية بقدر ما تستند إلى حقائق موضوعية منها:

- قدرة هذه اللغة على مواكبة العصر من حيث وسائل التقدم العلمي والاتساع المعرفي، وتاريخيتها الطويلة التي استطاعت فيها إثبات حضورها وديمومتها.
- مصلحة الوسيلة الإعلامية في الانتشار بين الجمهور العربي الأوسع في كل بقاع الوطن العربي بدل الاقتصار على قطر بعينه وفق لهجته المحلية.

فإذا كان كاتب الوسيلة الإعلامية يخاطب الجمهور العربي كله بلغة يستطيع المواطن العربي أن يفهمها فإن المصلحة تكون أكبر وأكثر تأثيراً وانتشاراً، وهو ما يعود عليه بالمصلحة الأكبر.

سابعاً: الخصائص العامة للغة الإعلام:

بغض النظر عن طبيعة كل وسيلة من وسائل الإعلام وخصوصيتها، وحاجتها إلى لغة خاصة بها متلائمة معها، فإن هناك عدة خصائص عامة يجب توافرها في اللغة الإعلامية، يمكن أن نختار أهمها على النحو التالي:

- **الوضوح**: وتعتبر هذه السمة هي أبرز سمات لغة الإعلام وأكثرها بروزاً، ويرجع ذلك إلى:
  - طبيعة وسال الإعلام.
  - خصائص الجمهور.

فإذا كانت الكلمات غير واضحة في الراديو فقد المستمع المضمون المقدم ولم يستطع استرجاعه للتأكد منه أو للاستفهام عما غمض منه.

وجمهور وسائل الإعلام هم فئات متنوعة، ويميلون إلى العجلة في تعرضهم للوسائل، وليست لديهم الرغبة من ناحية والوقت من ناحية أخرى للتركيز في المضمون المقدم، ولذا يجب أن تكون الكلمات والجمل والمعاني واضحة كل الوضوح حتى تحقق أهدافها.

- **المعاصرة**: ويقصد بها أن تكون الكلمات والجمل والتراكيب والتعبيرات اللغوية متماشية مع روح العصر، ومتسقة مع إيقاعه، فالجمل الطويلة، والكلمات المعجمية، والجمل المركبة قد لا تكون مناسبة للغة الإعلامية إلا في موضوعات معينة وفي حالات محددة.

- **الملاءمة**: ويقصد بها:
  - أن تكون اللغة متلائمة مع الوسيلة.
  - أن تكون اللغة متلائمة مع الجمهور المستهدف.

فلغة الراديو هي لغة ذات طابع وصفي وهي لغة تتوجه إلى حاسة السمع، ولذا يجب أن تكون مفردات هذه اللغة ملائمة لهذه الحاسة.

ولغة الصحافة تستهدف فئات اجتماعية وتعليمية واقتصادية معينة وتتوجه إلى حاسة البصر، فيجب أن تكون ملائمة أيضاً، وهكذا.

- **الجاذبية**: ويقصد بها أن تكون الكلمة قادرة على الحكي والشرح والوصف بطريقة حية ومسلية ومشوقة، فلا وجود لجمهور يتوق إلى الاستماع أو المشاهدة أو القراءة لمضمون جاف خالٍ من عوامل الجاذبية والتشويق.

- **الاختصار**: وتنبع هذه الخصوصية من:
  - طبيعة الوسيلة المحدودة.
  - طبيعة الجمهور غير القادر على الاستمرار في المتابعة طويلاً.

فمهما كان حجم الصحيفة كبيراً فإنها محددة في صفحاتها، والمطلوب كتابته أكبر من عدد أوراقها، ومهما كان وقت البرنامج كبيراً فالموضوعات أكبر منه، ولذلك فلابدَّ من الاختصار ولابدَّ أن تكون اللغة قادرة على الاختصار والإيجاز والمساعدة عليه.

- **المرونة**: ويقصد بها أن تكون اللغة:
  - قادرة على التعبير عن مختلف الموضوعات بسلاسة ودون تعسف.
  - متعددة المستويات بحيث تستطيع مخاطبة أكثر من جمهور ومعالجة أكثر من موضوع وقضية.

- **الاتساع**: ويقصد به أن يكون عدد المفردات كبيراً بحيث تلبي الاحتياجات المختلفة، واللغة الإعلامية متسعة وتتسع بشكل يومي، وقد يكون للاتصال مع الثقافات الخارجية وضرورة الترجمة اليومية لكثير من المصطلحات أثره في زيادة حجم اللغة الإعلامية وفي اتساعها.

- **القابلية للتطور**: وهي سمة ملازمة للغة الإعلامية، فلغة الإذاعة في الثلاثينيات غير مثيلتها في الخمسينيات والستينيات، وهذه بدورها تختلف عن مثيلتها في السبعينيات وحتى التسعينيات، ولغة وسائل الإعلام في السنوات الأخيرة مختلفة عما سبقها.

ثامناً: الإذاعة المسموعة والمرئية والقضايا اللغوية:

العوامل التي أدت إلى تطور اللغة في وسائل الإعلام:

تشكل الإذاعة والتليفزيون واقعاً جديداً في الحياة، حيث لهما تأثيراً واسعاً بفضل ثلاثةِ عواملَ تتابع ظهورها وانتشارها في النصف الثاني من القرن العشرين، وهي:

- ثورة الترانستور اعتباراً من 1960 على نحو جعل جهاز الراديو رخيصاً ودقيقاً في الالتقاط وخفيفاً وواسع الانتشار عند الأفراد في كل أنحاء العالم وفي مواقع نائية في القرى والجبال والجزر الصغيرة.
- انتشار التليفزيون في أكثر دول العالم، وبذلك حدث ما لم يكن متخيلاً من قبل.
- النقل عن طريق الأقمار الصناعية، وبذلك تم تجاوز الحدود المكانية، وأصبحت المتطلبات اللغوية غير محلية.

إن وسائل الإعلام والتقنيات الجديدة كلها تمثل في الحياة اللغوية المعاصرة العامل الجديد الذي أضيف إلى المؤثرات المعروفة في التاريخ، فأهمية وسائل الإعلام متزايدة وأخذت بعض الدراسات الميدانية تقارن ساعات وجود التلميذ في المدرسة على مدى عام كامل بساعات تعرضه للمؤثرات الإعلامية، ولاحظت أنها في بعض الدول تصل إلى ضعف ساعات التعليم النظامي، وفوق هذا فإن أسرة الوسائل Media Family تضم:

- التصوير (اعتباراً من سنة 1826).
- السينما الصامتة (اعتباراً من سنة 1896).
- السينما الناطقة (اعتباراً من سنة 1928).
- التسجيلات الصوتية (اعتباراً من سنة 1877).
- الحاسبات.

لقد زادت أهمية السينما في الاستخدام اللغوي من خلال الحوار في أفلام الحركة ومن خلال صياغة المعلومات في الأفلام الوثائقية، فقد كانت جريدة مصر الناطقة مثالاً حيّاً لاستخدام العربية الإذاعية الراقية مع الصور الحية في تقديم أهم أحداث الأسبوع

وقد وصل التقدم في الحاسبات وظهور أنماط جديدة من الوسائل، مثل: الصحيفة الإلكترونية والخدمات المختلفة من خلال شبكات المعلومات، ودخول تعليم الحاسب الآلي في مناهج التعليم إلى درجة عالية من التكامل في شكل ما يعرف بالتقنيات المتعددة Multi media، وتتضمن في الوقت نفسه الصور والرسوم واللغة المكتوبة واللغة المنطوقة والموسيقا.

وقد اتضح من تاريخ وسائل الإعلام أن لها تأثيراً لغويّاً متزايداً يرتبط بزيادة عدد المتلقين، فقد ازداد انتشار أجهزة الراديو في كل دول العالم، وكانت هذه الأجهزة مقصورة في الربع الأول من القرن العشرين على بعض الأفراد في الدول المتقدمة ولأغراض تتصل بالدولة، فأصبحت متاحة لآلاف الملايين في كل القارات، وبذلك أصبحت الإذاعة تمثل واقعاً لغويّاً جديداً.

إن الإضافة المهمة التي قدّمتها الإذاعة تتصل بالأداء اللغوي المنطوق، فقد أفادت الخبرات الأوربية من تقاليد المسرح الراقي في العناية بالنطق ومن التوجه المجتمعي عند المثقفين على وجه الخصوص، إلى أن يكون النطق الإذاعي ممثلاً للنطق الصحيح وأن تكون اللغة منتقاة وراقية.

وهكذا أصبح الأداء اللغوي للإنجليزية في الإذاعة البريطانية مثالاً للدقة في الأداء، وظلت العناية بالأداء اللغوي المنطوق للألمانيّة سمة مشتركة في كل الإذاعات الألمانية، ولكن تنوع المواد المقدّمة بين أخبار وأحاديث وتعليقات من جانب ومسلسلات وحوار من جانب آخر جعل قدراً من التنوع مسموحاً به، وأخذت أكثر الإذاعات العربية بهذا التوجه، وبدأت في إعداد لغوي للمذيعين ومقدمي البرامج، ولكنه اقتصر عليهم، ولم يصل بعدُ إلى موقف عام يتمثل في سياسة لغوية معلنة.

لقد بدأ عهد التليفزيون في العالم العربي منذ نحو أربعين عاماً، وأخذ من الإذاعة تقاليدها اللغوية السليمة في الأخبار والتعليقات وما يتصل بهما، ولكن اعتماد التليفزيون على الأفلام وعلى الإعلانات وعلى المسلسلات، واهتمامه بالإبهار البصري جعل القضية اللغوية تتعقد، وأتاح تكوّن تصوراتٍ تكاد تقصر دور التليفزيون على المهام السياسية والترفيهية، وتجعل للثقافة دوراً تابعاً، ولا تضع في الاعتبار أن دور التليفزيون في تشكيل الواقع اللغوي يعد حاسماً بالنسبة للمستقبل، ومن هنا نجد ضرورة إيجاد سياسة لغوية للإذاعة والتليفزيون، والتخطيط للتنفيذ بالوسائل المناسبة، ومنها الإعداد اللغوي والاهتمام بالتنشئة اللغوية.

فالتخطيط اللغوي ضروري على المستوى العربي من أجل وصول الرسالة الإعلامية بدقة عبر الحدود، ومن هنا تأتي أهمية الوعي بدور التليفزيون المتزايد في التنمية اللغوية، ولا يقتصر الأمر على التليفزيونات الحكومية، فالواقع يشهد دخول مؤسسات خاصة في مجال التليفزيون تتجاوز حدود الدولة الواحدة، فتكوين اتجاه عام يتمثل في سياسة لغوية واضحة الملامح تشارك في تنفيذها كل القنوات يعد من أهم ما يمكن أن يقوم به التليفزيون للتنمية اللغوية في داخل الدول العربية.

لقد كانت بدايات التليفزيون في عصر ازدهار الإذاعة والأفلام السينمائية، ولكن التطورات وتقدم تقنيات الرادار ثم إدخال التليفزيون الملوّن، ثم انتشار التليفزيون في أكثر دول العالم في إطار الاستقلال الوطني، ثم النقل عن طريق الأقمار الصناعية تعد مراحل مهمة متسارعة جعلت للتليفزيون أثراً لغويّاً يتجاوز الإذاعة المسموعة.

ومن هنا تأتي أهمية طرح قضايا الاستخدام اللغوي في التلفزيون ومستويات اللغة في برامجه المختلفة، ومدى الصلة بين مستويات اللغة في الإذاعة المسموعة وفي الإذاعة المرئية.

كان الاعتماد في المنطقة العربية على أفلام الحركة، سواء أكانت من الإنتاج السينمائي القديم أم من الإنتاج البرامجي التليفزيوني الجديد مؤثراً في جعل التليفزيون يقترب بشكل كبير من العامية، ولما كانت بدايات السينما بالعامية المصرية القاهرية فقد استقر هذا المستوى اللغوي في مسلسلات التليفزيون وأصبح نمطاً مألوفاً.

القضايا اللغوية في مجال وسائل الإعلام:

هناك قضايا لغوية متعددة طرحت في إطار وسائل الإعلام وهي:

- مدى ارتباط المستوى اللغوي لكل برنامج بنوعية المتلقين في إطار " الذاتية الاجتماعية Social Identity" لهم، وكيفية تحقيق التوازن مع متطلبات اللغة المشتركة.
- مدى التنوع اللغوي في البرامج المختلفة: البرامج الدينية، الأخبار والتعليقات، المسلسلات، المقابلات والمناقشات، برامج الترفيه، برامج الأطفال، البرامج التعليمية، الإعلانات.
- العلاقة بين لغة الحوار في الرواية ولغة الحوار في المسلسلات الإذاعية والتليفزيونية.
- مدى اعتماد وسائل الإعلام المنطوقة والمسموعة على مادة مطبوعة، وأهمية الخبرة المكتسبة في دور الصحف في عمليات التحرير اللغوي من حيث طول الجملة ونظام الفقرات والجمل المعترضة.

تاسعاً: لغة التلفزيون:

إن معرفة المعنى الحقيقي لتلك اللغة والقوانين التي تحكم نسقها الداخلي والذي يكون النص المكتوب ستساعدنا على تتبع المعنى الحقيقي لمضمون المعرفة التي ينقلها التلفزيون هذا من ناحية، ومن ناحية أخرى، فإن تحليل مضمون الفكر والمعرفة التلفزيونية لابد أن يسبقه معرفة حقيقية لمفردات تلك اللغة حتى نضع هذا الفكر التلفزيوني في موقعه الحقيقي ونصل بذلك إلى حقيقة المعنى الكامن.

وإذا كنا نعتبر الإعلام التلفزيوني وسيلة من وسائل نقل الظواهر أي نقل الظاهرة لمعرفة الواقع الاجتماعي أو السياسي أو الثقافي، فيمكن تعريف الظاهرة الاجتماعية كمقومة أساسية للتعبير من خلال الوسيلة، فبدون التعرف على الظاهرة أو القضية أو الحدث ومدى ارتباطها بالنظام الاجتماعي، لن نستطيع التعبير بتلك اللغة، ذلك لأن المضمون التلفزيوني هو محور التواصل الثقافي والمعرفي الذي يحمل مضموناً، هو مضمون ونتاج فكر وثقافة وفن مجتمع له مواصفات وذاتية وشخصية محددة.

خصائص لغة التلفزيون:

من خلال استعراض نتائج بعض النظريات التي وضعت لشرح وتحليل أهم ما تتصف به لغة الصورة التلفزيونية أمكن تتبع أهم صفات النظام اللغوي التلفزيوني، ووضع أهم صفات الجمهور التلفزيوني الجيد ويمكن التأكيد على ما يلي:

- إن المضمون المتنوع يعبر عن روح العصر ويعكس طموحاته وأهم إنجازاته ويعبر عن اواقع الاجتماعي والثقافي والسياسي.

ولما كان التعبير من خلال الصورة المتحركة هو عملية متطورة ومتكاملة من حيث الإبداع الفكري والفني في إطار تكنولوجي وتكنيك صناعي معقد، فتعريف معنى هذه اللغة أصبح ضرورة حتمية، يجب أن يتعرف عليها كاتب النص وعلى خصائصها ومكوناتها كل كاتب تلفزيوني مبدع إخبارياً كان أو (درامياً) أي يواجه هذا الإنتاج في مجال من مجالات التعبير الفكري والفني والاجتماعي أو السياسي.

- هناك علاقة بين لغة التلفزيون التي يطرحها الكاتب والجمهور المتلقي.
- يمكن إعطاء مفهوم مختصر للغة الفيلم من خلال تحديد الوحدة الجزئية بأنها جزء تابع يدخل طرفاً في تحقيق الهدف العام أو في تكوين الهدف النهائي، وهو المعنى أو المفهوم الكلي من خلال النظام الفكري أو النص المكتوب الذي يعكس فكر الكاتب وهو القادر على تحديد المكان والزمان الحركي لهذه اللقطة السينمائية أو التلفزيونية.
- إن المنظور الفيلمي أو اللقطة الفيلمية تعكس أولاً شيئاً مادياً لا لغوياً، أو لا لسانياً ليس له صفة دلالية، ثم يتحول هذا الشيء إلى معان ودلالات ورموز فكرية بمجرد اختيار المكان والزمان الحركي لهذه القطة بين اللقطات الأخرى، فهو أولاً عرض لشيء مادي يتحول إلى رمز بمجرد دخوله في هذه العملية الفكرية من خل النص المكتوب.
- إن عين الكاميرا لا تعكس المعنى المباشر للشيء المادي، ولكن فكر الإنسان هو الذي يجعل انعكاس هذا الشيء له دلالات ورموز لغوية:
  - فاللقطة الجزئية هي التي تخلق المعنى الكامن للشيء المادي الحقيقي ولن تصبح لها دلالة لغوية إلا بواسطة فكر الإنسان، فالشيء المادي الطبيعي أو الموجود في الطبيعة

كحادث سيارة مثلاً أو حفل زفاف هو المستوى الأول، أي يمثل المستوى الأول لعلمية الخلق الفني.

- أما صورته أو انعكاسه في اللقطة الجزئية فهو يمثل المستوى الثاني أي المستوى الثاني لعملية الإعداد الفني الذي يهيئ الطريق لنسج أسس اللغة الجديدة.
- أما المستوى الثالث فهو المعنى الحقيقي للحدث التلفزيوني الذي هيأ له عقل وفكر وإحساس الكاتب، فهو إذن المستوى الثالث في عملية الإعداد الفني أي المستوى المتكامل فهو المعنى الذي تعبر عنه اللقطات المتتالية (التتابع الحركي) لعدة لقطات تكون المعنى الكلي للحدث التلفزيوني.

إن المعاني المطروحة في اللقطات التي يعبر عنها (النص المكتوب، المستوى الثالث) هي معاني تتكون من المستوى الأول + المستوى الثاني.

وهذا يفسر الاختلاف التام بين:

والعالم الحسي والفكري:

- العالم الحقيقي الواقعي: هو عالم حقيقي لا يحتوي على معنى فكري أي ليس له رؤية الكاتب فهو معنى مادي في مستواه الأول له معنى مباشر.
- لكن الكاتب التلفزيوني يضيف العديد من المعاني للأشياء ويغير معناها المألوف في الطبيعة إلى معنى حسي وفقاً للعملية الإبداعية (الازدواجية)، أي إضافة معان فكرية وفنية للمعنى المادي.

الخلاصة

حين نقول أن هناك لغة إعلامية، فإن ذلك ينسحب ليس فقط على اللغة العربية فحسب إنما على جميع اللغات، الأمر الذي يعني وجود مقومات للغة الإعلامية، فاللغة هي أهم مقومات العمل الأدبي أو الإعلامي.

يستخدم الإعلامي في كتاباته أو أحاديثه أو حواراته لغة تتلاءم وطبيعة الموضوع ومستوى الجهة المستهدفة من العمل الإعلامي، فلكل إعلامي لغته، ولو أن الإعلام يتسع لأجناس إعلامية مختلفة من الكتابة الصحفية إلى الحديث الإذاعي أو الحديث التلفزيوني.

الصورة والحركة والصوت والأداء واللغة الواضحة غير المقعرة تشكل حضوراً مقبولاً ومؤثراً.

مراجع الوحدة الأولى

1-محمود خليل، محمد منصور هيبه، إنتاج اللغة العربية في النصوص الإعلامية، القاهرة، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، 2002.

2-أحمد مختار عمر، أسس علم اللغة، القاهرة، عالم الكتب، ط8، 1998.

3-سليمان بن ابراهيم العايد، أسس علم اللغة العام وتطبيقاته على اللغة العربية، السعودية، محاضرة ألقيت في نادي مكة الثقافي الأدبي، مساء يوم الثلاثاء ٢٤-2-1423هـ.

4-وسيم حجازي، لغة الإعلام وجوازات الخطأ، تونس، مجلة اتحاد الاذاعات العربية، العدد3، 2004.

5-أحمد حلواني، العربية ولغة الإعلام، تونس، مجلة اتحاد الإذاعات العربية، العدد4، 2013.

6-محمود فهمي حجازي، دور وسائل الإعلام في التنمية اللغوية، مجلة مجمع اللغة العربية بالقاهرة، العدد 91 ،2001.

7- سامي الشريف، أيمن منصور ندا، اللغة الإعلامية المفاهيم الأسس التطبيقات، القاهرة، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، 2004.

8- نسمة بطريق، عادل عبد الغفور، الكتابة للإذاعة والتلفزيون ، القاهرة، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، 2005.

التمارين

حدد الإجابة الخطأ:

- **مستويات التعبير اللغوي:**

A. التذوق الفني الجمالي.

B. الإخباري.

C. العلمي النظري التجريدي.

D. الاجتماعي العادي.

الاجابة الصحيحة: الإخباري.

- **تخضع مستويات اللغة لمعايير اصطفائية:**

A. المعيار التاريخي.

B. المعيار الاجتماعي.

C. المعيار المفرداتي.

D. المعيار اللغوي العرفي.

الاجابة الصحيحة: المعيار التاريخي.

- **مستويات اللغة المتخصصة:**

A. لغة الرموز.

B. حقل التخصص.

C. مستوى المعارف العلمية.

D. الجمهور.

الاجابة الصحيحة: الجمهور.

الوحدة التعليمية الثانية

الاتصال

مفهوم الاتصال

عرفت الخدمات تطوراً ملحوظاً في الوقت الحالي، وهذا راجع إلى التقدم الاقتصادي وتغير أنماط الحياة.

أولاً: مفهوم الاتصال:

إنَّ عالمنا هو عالم المعلومات والإعلام حيث يتمُّ نقل حوالي 35 مليون كلمة يومياً ويتمُّ نقل عشرات الألوف من ساعات بثِّ البرامج التلفزيونية من المحطات المختلفة من العالم، كما تنشر آلاف العناوين من المجلات والصحف والكتب، وتجدر الإشارة إلى أنّ المعلومات التي يحصل عليها الإنسان حالياً خلال عقد واحد تعادل المعلومات التي حصل عليها خلال مئات السنين من القرون الماضية، فإلى ما قبل خمسين عاماً كانت تمضي أربعون سنة حتى تتضاعف معلومات الإنسان العلمية أمَّا في الوقت الحاضر فإنَّ هذه الفترة قد تقلصت إلى أربع سنوات، وليس من الممكن تصور وجود مجتمع ما أو فعالية اجتماعية دون علاقات اتصالية، ولا يمكن دون الاتصال إنَّ تتكون أو تنمو المعايير والقيم والمضامين الثقافية وعمليات التعليم الاجتماعية والعلاقات التي تكون مجتمعة عناصر أساسية وحيوية في وجود وحياة أي مجتمع.

إنَّ الحديث عن الاتصال باعتباره صلة المجتمع بعضه ببعض، وحلقة الوصل الأساسية بين الأفراد والجماعات والمؤسسات، أصبح من الأمور اليومية البديهية، وعلى الرغم من أنَّ عملية الاتصال قد تبدو لنا اعتيادية وتلقائية دون النظر إلى دلالتها وأهميتها الاجتماعية، إلا أنَّ هذه التلقائية تخفي وراءها أبعاداً لعملية اجتماعية معقدة فهي لا تقتصر على من يقول لمن، وإنَّما هنالك أبعاد أخرى تتعلق بالمستوى والأسلوب والأداء الاتصالي وكذلك بالوظائف التي يحققها الاتصال.

والمقصود بالاتصال هنا الأسلوب الذي تتكون عبره العلاقات الإنسانية وتستمر في الوجود، وهو عبارة عن الرموز والوسائل التي تنتقل بوساطتها الرموز المذكورة عبر المكان، ويتمُّ الحفاظ على استمرارها عبر الزمن.

وتشمل تلك الوسائل: تعبيرات الوجه، ووضع الجسم وحركاته، ونغمة الصوت والصورة، والكلمات والكتابة والطباعة، وكلُّ ما يمتُّ بصلة إلى العملية الإعلامية من وسائل تساعد على عبور المكان وتخطي الزمان.

يعتبر مصطلح الاتصال المصطلح الرئيسي الذي يمثل النشاط الأساسي الذي تندرج تحته كافة أوجه النشاط الإعلامي والدعائي والإعلاني، فهو العملية الرئيسية التي يمكن أن تنطوي بداخلها عمليات فرعية وأوجه نشاط متنوعة قد تختلف من حيث أهدافها، ولكنها تتفق جميعاً فيما بينها في أنها عمليات اتصال بالجماهير، ومن هذه الأنشطة:

- الإعلام.
- المعلومات.
- الدعاية.
- الإعلان.
- العلاقات العامة.

حيث تستهدف كل منها تحقيق غايات معينة في مجالات متنوعة قد تختلف عن غايات وأهداف أوجه النشاط الأخرى، إلا أن المتغير الرئيسي الذي يربطها كونها عمليات اتصال أنها تستخدم فنون الاتصال ووسائله وتقنياته في تحقيق أهدافها.

ويعرف الاتصال في مجال الإعلام بأنه "بث رسائل واقعية أو خيالية تتصل بموضوعات معينة على أعداد كبيرة من الناس مختلفين فيما بينهم في النواحي الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والسياسية يوجدون في مناطق متفرقة".

يعرف علماء الإعلام الاتصال بأنه ظاهرة عامة ومنتشرة، تقوم بدور لا غنى عنه في تحقيق التفاعل الفكري والحضاري داخل المجتمع الواحد وبين المجتمعات، أي أن الخبر أو المعلومة سواء كانت واقعية أو خيالية تتحقق من خلال عملية مشاركة بين المرسل والمستقبل من خلال عملية التغذية العكسية، أي ما يصل إلى المؤسسة من آراء واتجاهات نحو سياستها وخدماتها والعاملين فيها، فهي

ليست مجرد عملية إرسال واستقبال لمعلومات أو أفكار أو مشاعر بل إنها تفاعل بين جميع العناصر وبالذات المرسل والمستقبل.

ثانياً: الاتصال الجماهيري المفهوم والعناصر:

يعرف صالح خليل أبو أصبع في كتابه "الاتصال الجماهيري" مفهوم الاتصال الجماهيري بأنه "عملية يقوم بها شخص ما، بنقل رسالة ما، تحمل المعلومات، أو الآراء، أو الاتجاهات، أو المشاعر إلى الآخرين لهدف ما، عن طريق الرموز، بغض النظر عما قد يعترضها من تشويش"، وبالتالي يحدد هذا التعريف عناصر عملية الاتصال الجماهيري على النحو التالي:

- **المتصل (القائم بالاتصال):** أية عملية اتصالية تعني وجود من يقوم بالاتصال وهو المتصل Communicator وقد يكون شخصاً عادياً أو معنوياً (مؤسسة ، شركة وزارة... الخ)، وهو الطرف الذي يبادر بالاتصال إذ يقوم بتوجيه رسالته إلى شخص أو أشخاص عديدين.
- **الرسالة:** ونعني بالرسالة هنا المعلومات أو الآراء أو المشاعر أو الاتجاهات التي يرغب المتصل (القائم بالاتصال) بنقلها إلى الآخرين عبر الرموز، التي قد تكون صوتية مثل الكلام، أو صورية مثل الكتابة، أو حركية مثل الإشارات، أو أن تكون خليطاً من أشكال الرموز هذه.
- **المتلقي:** ونعني به هنا (الآخرين) الذين يتلقون الرسالة سواء كان ذلك المتلقي فرداً، أم جماعة، أم مؤسسة، أم جمهوراً، أم جماهير.
- **الهدف:** إن عملية الاتصال يجريها القائم بالاتصال لهدف ما قد يكون للتأثير في أفكار أو مشاعر أو اتجاهات أو آراء المتلقين للرسالة.
- **نقل الرسالة (الوسيلة):** إن الرسالة يتم نقلها عن طريق وسيلة ما، وفي حالة الاتصال الشخصي يتم نقلها عن الطريق الشفوي، وفي حالة الاتصال الجماهيري قد يتم نقلها عبر الكتاب أو المجلة أو الجريدة أو الإذاعة أو التلفزيون أو السينما.
- **التشويش:** مهما كان نوع عملية الاتصال أو مستواها، أو نوع الوسيلة المستخدمة فإن هناك بعض عناصر التشويش التي يحتمل أن تتداخل في العملية الاتصالية مما يمكن أن يؤثر في نجاح العلمية الاتصالية.
- **الظرف الذي تتم فيه عملية الاتصال:** إذ أنه لا يتم في فراغ، فهو يتم في بيئة اجتماعية وثقافية واقتصادية وبيئية وغيرها.

ثالثاً: كيف تتم عملية الاتصال:

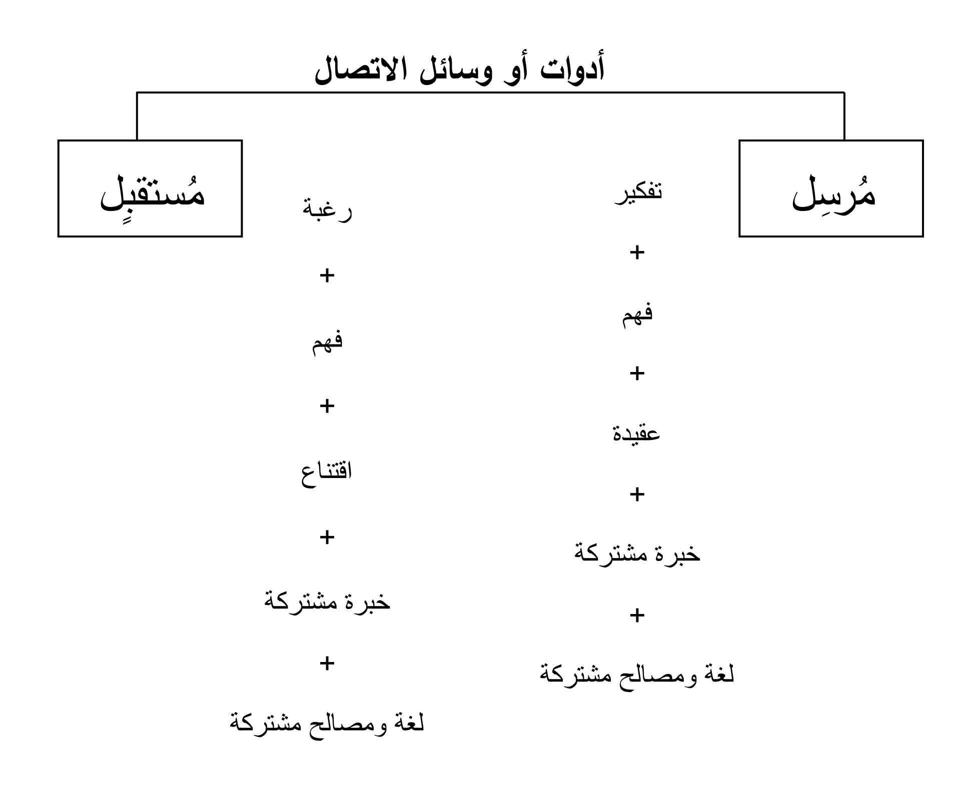
من الناحية النظرية لكي تتم عملية الاتصال لابد من وجود طرف مرسل وآخر مستقبل، ولكي تنجح عملية الاتصال هذه وتؤدي دورها لابد أن تتوافر في المرسل عناصر:

- التفكير.
- الفهم.
- العقيدة.

أما المستقبل فلابد أن تتوافر فيه عناصر:

- الرغبة
- الفهم
- الاقتناع

على أن تجمعهما خبرة مشتركة سابقة أو لاحقة ولغة ومصالح مشتركة أيضاً كما يبدو ذلك في الرسم التالي:



وتتم عملية الاتصال عادة في أي مجتمع صغير مثلاً داخل منشأة صغيرة عن طريق الاتصال المباشر بين فرد وآخر أو أفراد آخرين، ويسمى (العلاقات المباشرة وجهاً لوجه) وهو ما يعرف بالأسلوب الاتصالي في العلاقات العامة الإنسانية.

أما المنشآت (المنظمات) الكبيرة فتعتمد في علاقاتها لتحقيق أهدافها وإعلام جمهورها على تيارات الاتصالات الرأسية والأفقية المتبادلة سواء داخل المنشأة أم خارجها، ومستخدمة في ذلك غالباً الأسلوب الإعلامي في العلاقات، أي أن عمليات الاتصالات الناجحة تتم عن طريق وسائل وأدوات الاتصال الإعلامية أو ما يطلق عليها أدوات الإعلام.

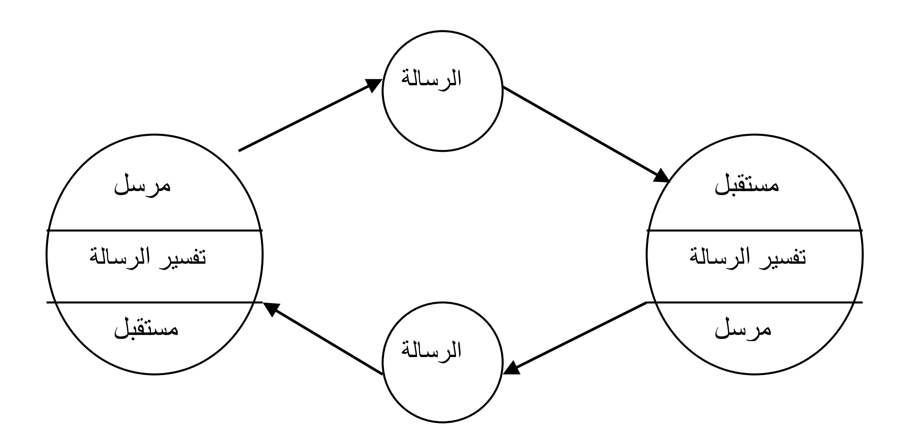
ما سبق هو محاولة نظرية شخصية لتفسير عملية الاتصال التي تتم بين الناس بطريقة أو بأخرى، ولكن لعلماء الاتصالات وعلى رأسهم الأستاذ الدكتور (ويلبر شرام) نظرية خاصة في تفسير عمليات الاتصالات عرض لها على الوجه التالي:

بتحليل عملية الاتصالات بين الناس وكيف تتم سواء بين فرد وفرد، أم فرد وأفراد، أم بين جماعة وأخرى أم بطريقة غير مباشرة بين منشأة وجماهير متعددة تتكون عملية الاتصال من: مرسل، ومستقبل، ورسالة.

- المرسل قد يكون شخصاً يلقي رسالة ما سواء عن طريق الكلام أم بالكتابة أم بالرسم أم بالتعبير الحركي، وقد يكون المرسل هيئة أو منشأة إعلامية مثل دار صحيفة أو دار نشر أو محطة إذاعة أو تلفزيون.
- الرسالة قد تكون مكتوبة أو تنقل بالكلمة المنطوقة على موجات الأثير أو بالتليفون أو قد تكون بتعبير حركي بالجسم أو بالوجه أو بإشارة خاصة بالإعلام، وغير ذلك من أي رمز يمكن للإنسان أن يفسره.
- المستقبل فقد يكون فرداً مستمعاً أو قارئاً أو متفرجاً، وهذا الفرد قد يكون عضواً في جماعة مناقشة، أو مستمعاً في جمهور خاص لمحاضرة ما، أو أحد مشاهدي مباراة كرة قدم أو عضواً في حشد أو يكون عضواً في جمهور المشاهدين أو المستمعين للتلفزيون والراديو.

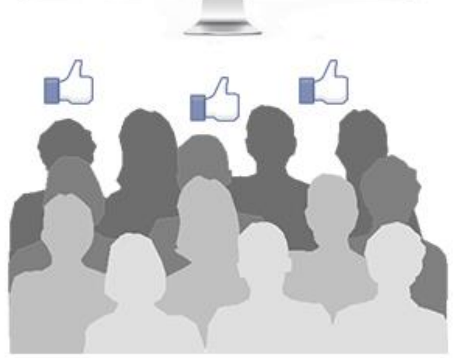
عندما يرسل المرسل رسالة يستقبلها المستقبل الذي يقوم بدوره بالاستجابة لها أو لبعضها ويقوم (برد الفعل) فيرسل هو الآخر (استجابة) ويصبح مرسلاً، وهكذا في العلاقات المباشرة وجهاً لوجه يكون للشخص الواحد دوران: دور إرسال ودور استقبال، ويساعد كثيراً في عمليات الإرسال والاستقبال تشابه الخبرات بين المرسل والمستقبل ووضوح الرؤية والوحدة الفكرية، والمرسل في الاتصال المباشر قد يعدل من رسالته وفقاً للموقف الحالي لما يلاحظه من المستقبل أو المستقبلين من استجابات وردود فعل يلاحظها المرسل في حينها عند عمليات الاتصال المباشرة وجهاً لوجه، ولكن في الاتصالات الغير مباشرة أي الاتصالات الإعلامية حيث تقوم أجهزة الاتصال الجماهيرية أو أجهزة الإعلام الجماهيرية بتبليغ الرسالة لجماهير المشاهدين أو المستمعين نجد أن المرسل هنا لا يواجه مباشرة الجمهور ليعرف ردود الفعل، ويعدل من رسالته أو موقفه، ولذلك فإن العلم الاجتماعي قد ابتكر طرقاً علمية أهمها قياس الرأس العام واتجاهات الجماهير وتحليلها علمياً لتكوين صورة صادقة عن ردود فعل جماهير المشاهدين والمستمعين وتكون بالتالي تحت سمع وبصر وفكر الجهات الإرسالية مستقبلاً للرسائل القادمة، وهكذا.

والرسم التالي ربما يوضح ويقرب الفكر أكثر لعملية الدور المشترك للمرسل والمستقبل والرسالة:



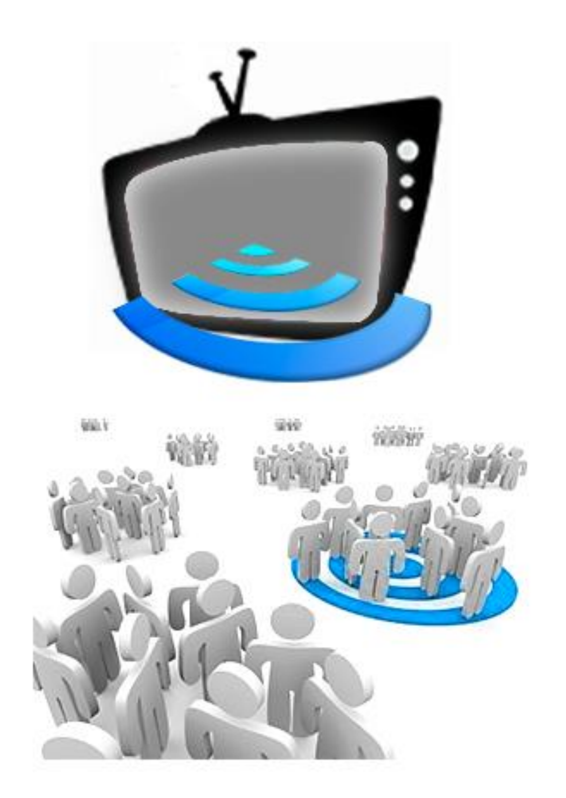
ويشترط (شرام) أربعة شروط لكي تحقق الرسالة أغراضها في الإعلام هي:





- يجب أن تجذب الرسالة انتباه المستقبل.
- أن تعبر الرسالة عن خبرة أو خبرات مشتركة بين المرسل والمستقبل.
- أن تعطي الرسالة أنجع الحلول لصعوبات ومشاكل واحتياجات المستقبل.
- أن تقترح الرسالة أحسن وأفضل طرق إشباع حاجات الفرد أو الأفراد وفقاً لموقف الجماعة والمجتمع وبحيث تكون ردود الفعل مدروسة ومقبولة من المجتمع.

رابعاً: أهداف الاتصال والإعلام:



يمكن حصر أهم هذه الأهداف في النقط الآتية:

- إعلام الجماهير عن المنجزات التي تمت بالمنشأة ومدى تحقيق الأهداف.
- تشجيع الناس على الانضمام والتطوع في خدمة المنشأة ومساندتها، والإعلام عن الأجهزة والإمكانات الموجودة بالمنشأة والتي يمكن استغلالها للصالح العام.
- تزويد الجماهير والأعضاء بتوعية وبرامج وحدود وخطط المنشأة.
- التوعية العامة بطريقة المحافظة على المنشآت

والمرافق العامة للمنشأة وطريقة الاستعمال والحفظ لمختلف الأجهزة والأدوات والورش والساحات والحدائق والمدرجات والصالات والغرف وغير ذلك.

- التوعية بمدى أهمية الأنشطة المختلفة وفوائدها ومدى الاحتياج لها وضرورتها في حياة الناس دون تمييز.
- كسب ود الرأي العام المناصر للمنشأة ومجالات أنشطتها.

خامساً: شروط الاتصال أو الإعلام:

لكي تنجح وسائل الإعلام أو الاتصال في تأدية رسالتها على أكمل وجه، يجب أن تتوافر الشروط التالية:

- وضوح موضوع الرسالة الإعلامية سواء من ناحية:
  - مناسبة الموضوع للجماهير وعقليتهم وخبراتهم.
  - استخدام الأدوات اللازمة التي تساعد على جذب أنظار الجماهير، وتوصل إليهم المعلومات في يسر وراحة.
- استخدام وسائل الاستثارة والتشويق لجذب انتباه الجماهير لإشباع حب الاستطلاع فيهم، وهذا يتوقف على:
  - الموضوع نفسه.
  - نفسية الجماهير.
  - وقت ومكان ومحتويات البرنامج المستخدم.
- استخدام الخبرات السابقة للجماهير وبداية عمليات الإعلام بها، ويدخل في هذا استخدام الألفاظ الشائعة بينهم أو اللهجات المستخدمة بمعرفتهم.
- استخدام الخبرات السابقة الإعلامية مع الجماهير المختلفة، والاستفادة من التجارب السابقة عن طريق تثبيت الوسائل الناجحة وتجنب الوسائل التي أدت إلى فشل البرامج الإعلامية السابقة.
- أن يكون موضوع الرسالة الإعلامية متعلقاً بموضوعات تهم الجماهير وتمس مصالحهم وتشبع حاجاتهم لأن مثل هذه الموضوعات تثير عواطف الجماهير.

- أن تشعر الجماهير أن الرسالة الإعلامية تتضمن حلولاً لبعض الصعوبات والمشاكل التي تواجههم وأنه بهذه الحلول يمكن إلى حد كبير البدء في إيجاد الوسائل الكفيلة بحل المشاكل على قدر الإمكان.
- مرونة الرسالة الإعلامية لتتكيف مع الظروف والمواقف المختلفة، هي من أهم العوامل التي تساعد على نجاحها في تحقيق أهدافها.

الخلاصة

إن مصطلح الاتصال هو المصطلح الرئيسي الذي يمثل النشاط الأساسي الذي تتدرج تحته كافة أوجه النشاط الإعلامي والدعائي والإعلاني، فهو العملية الرئيسية التي يمكن أن تنطوي بداخلها عمليات فرعية وأوجه نشاط متنوعة، قد تختلف من حيث أهدافها ولكنها تتفق جميعاً فيما بينها في أنها عمليات اتصال بالجماهير، حيث تستهدف كل منها تحقيق غايات معينة في مجالات متنوعة قد تختلف عن غايات وأهداف وأوجه النشاط الأخرى، إلا أن المتغير الرئيسي الذي يربطها كونها عمليات اتصال أنها تستخدم فنون الاتصال ووسائله وتقنياته في تحقيق أهدافها.

المراجع

1. محمد العمر، التخطيط الإعلامي، دمشق، جامعة دمشق، مركز التعليم المفتوح، 2006/2005.

2. عاطف عدلي العبد، نظريات الإعلام والرأي العام الأسس العلمية والتطبيقات العربية، ج1، القاهرة، دار الفكر العربي، 2002.

3. منال طلعت محمود، مدخل إلى علم الاتصال، جامعة الإسكندرية، 2002/2001.

4. صالح خليل أبو إصبع، الاتصال الجماهيري، عمان، دار الشروق، ط1، 1999.

5. محمد العمر، تخطيط الحملات الإعلانية، دمشق، جامعة دمشق، مركز التعليم المفتوح 2011/2010.

تمارين الوحدة الثانية

حدد الإجابة الخطأ:

- **عناصر عملية الاتصال الجماهيري:**

A. المتصل القائم بالاتصال.

B. الخبرة.

C. الرسالة.

D. الهدف.

الإجابة الصحيحة: الخبرة.

- **شروط تحقيق الرسالة الإعلامية أهدافها:**

A. جذب انتباه المستقبل.

B. إعطاء أنجح الحلول للمشاكل.

C. تعبر عن خبرة مشتركة بين المرسل والمستقبل.

D. أن تكون قصيرة وموجزة.

الإجابة الصحيحة: أن تكون قصيرة وموجزة.

- **من شروط الاتصال:**

A. وضوح موضوع الرسالة الإعلامية.

B. استخدام الأساليب الحديثة.

C. استخدام أسلوب الاستثارة والتشويق.

D. أن يكون موضوع الرسالة متعلق بالجماهير.

الإجابة الصحيحة: استخدام الأساليب الحديثة.

الوحدة التعليمية الثالثة

الخبر الصحفي

أولاً: مفهوم الخبر:

يعد الخبر الصحفي مرتكزاً أساسياً يفرض ذاته الفعلي على شكل الوسيلة واستمرارها، لذا فإن هذا النوع من الفن الاتصالي والعمود الفقري للوسيلة الإعلامية هو محور دراسات الباحثين والمفكرين، فقد قدم تعريفات لا حصر لها، في حين يجد الباحث شحة في تعريفات فنون اتصالية أخرى في ذات الاختصاص والسياق.

إن هذا الأمر أفرز مشكلة تحمل في طياتها إيجابيات تخدم فن الخبر الصحفي ووجوده، إلا أنه طرح سلبيات انعكست على خيارات الدارسين والمهتمين في هذا المجال وخلف ذلك محاور متعددة من الحيرة والنقاش، قد توصل إلى متاهات عند إعداد تعريف جامع محدد بالدراسة والتحليل، ذلك أن صفة الخلط تبدو واضحة ومشوشة إزاء تعريفات الخبر الصحفي التي ينبغي أن تكون محددة وعلمية بما يوصل إلى قناعة وفهم ثابتين.

وعند مراجعة التعريفات الخاصة بالخبر الصحفي نجد أنها نحت نحو النسبية فكلّ يتناول الخبر حسب مرئياته، فالبعض عرفه حسب الوظيفة، والآخر حسب الخصائص والثالث حسب النوع أو القيم التي يحملها ومنهم من عرفه حسب نوع الوسيلة الناقلة له.

والملاحظ أن الباحثين جمعوا تعريفاتهم للخبر طبقاً إلى حاجات وضرورات آنية لبعض السياسات الصحفية والإيديولوجيات من جهة، والآراء الشخصية المبنية على ممارسات مهنية يحكمها السوق والأهواء وحاجات الآخرين من جهة أخرى.

- يعرف خليل صابات الخبر بأنه "الحدث الصالح للنشر ويكون ذو أهمية بالنسبة للجميع".
- عرفه محمود أدهم أنه "وصف موضوعي دقيق تطلع به الصحيفة أو المجلة قراءها في لغة سهلة واضحة وعبارات قصيرة على الوقائع والتفاصيل والأسباب والنتائج المتاحة لحدث حالي أو رأي أو موقف جديد لافت للنظر، أو فكرة أو نشاط هام تتصل جميعها بمجتمعهم وأفراده، كما تساهم في توعيتهم وتسليتهم وتحقق الربح المادي لها".
- يرى "براندر" أن الخبر "إيراد حقائق قديمة أو جديدة مصاغة إخبارياً ومصحوبة بمحتوى تفسيري يدعم أبعاد الحدث".

- يرى باركر "أن الخبر صناعة معلوماتية تكيف محتوى الحدث لكي يلائم اهتمامات الجمهور الآتية واللاحقة باستخدام لغة صحفية يفهمها الجميع".
- يحدد فاروق أبو زيد الخبر أنه "تقرير يصف بدقة وموضوعية حادثة أو واقعة تمس مصالح أكبر عدد من القراء وهي تثير اهتمامهم بقدر ما تساهم في تنمية المجتمع وترقيته".
- يعرفه شرام "تزويد الناس بالمعلومات الصادقة حول الأحداث هنا وهناك".
- عرفه محمود علم الدين بأنه "تقرير آني وسريع عن الأحداث المفاجئة، يحتوي على العناصر الأساسية بالحدث في تركيز واقتضاب، ولا يقدم الإجابة الشافية عن كل الجوانب المتعلقة بالحدث".
- يعرفه د.قيس الياسري بأنه "شكل من أشكال التغطية الصحفية للأحداث اليومية بهدف إطلاع الجمهور على آخر المستجدات".
- يرى ابراهيم إمام أن الخبر "أحداث اليوم التي ستصبح تاريخاً للغد".

ثانياً: أنواع الأخبار:

حسب حجم الخبر وتركيبه:

- **الخبر البسيط أو التقليدي أو القصير:** وهو خبر صغير يدور حول حادث واضح ومحدد، وهو خبر يقدم معلومات محددة حول واقعة راهنة محددة، وهو لا يحتاج إلى جهد في التحرير لأنه لا يحتاج إلى تفسير أو توضيح أو إغناء أو تعليق.

وأبرز موضوعات هذا النوع: الأخبار الشخصية الموجزة، وأخبار المرض والوفيات، والحوادث الصغيرة، والحرائق غير الهامة، وبعض الأخبار الثقافية والفنية والعلمية وحتى السياسية.

- **الخبر المركب:** أو المترابط أو الخبر الكبير أو الخبر المتعدد الزوايا والعناصر أو القطعة الإخبارية أو القصة الخبرية.

هذا النوع من الأخبار أكثر تعقيداً من النوع الأول، وهو متعدد العناصر والزوايا، ويحتاج إلى تعليل وتفسير، وهو يهم عدداً كبيراً من الناس، ويتعلق بمسائل كبيرة هامة سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية تهم قطاعات شعبية واسعة.

وهو متعدد الزوايا لأنه متعدد الوحدات والجوانب والجهات التي يهمها الخبر، وكل عنصر أو زاوية أو جانب بحاجة إلى مخبر أو مندوب خاص ليغطيها خبرياً بناء على توجيهات رئيس قسم الأخبار أو سكرتير التحرير.

وعندما تجتمع هذه المعلومات يضع رئيس القسم أو سكرتير التحرير أو رئيس التحرير خطة أو تصور للقطعة الخبرية، ويحدد محورها الرئيسي المهم ثم المحاور الأقل أهمية وذلك على ضوء المعلومات التي توفرت في الجريدة من المندوبين وغيرهم من المصادر، وكذلك على ضوء سياسة الصحيفة وموقفها وفلسفتها الإعلامية.

- **أنواع خاصة:** هناك أنواع من الأخبار عبارة عن خليط من المعلومات لفائدة القارئ وتثقيفه ولكنها تحتوي على عنصر أو عناصر إخبارية مثل: العلوم، النقد، أخبار التقدم الرقمي وبعض الموضوعات الإخبارية الخفيفة والإنسانية.

حسب المصدر:

- **الأخبار الخارجية:** هو كل ما يقع خارج الوطن ويكون مصدره الخارج، وهو الخبر الذي يدور حول حدث وقع في بلد أجنبي، ويصف أحداثاً جاءت إلينا من مصادر خارجية.

ولكن الخبر الخارجي قد يحدث في داخل الوطن وقد يكون أيضا مصدره الداخل (تصريح لسفير أجنبي عن قضية خارجية، مؤتمر عالمي يعالج قضايا خارجية ويعقد في عاصمة البلاد).

كما أن الخبر الداخلي قد يجري في خارج الوطن وقد يكون مصدره الخارج (خبر عن رئيس الدولة الذي يزور دولة أجنبية).

- **الأخبار الداخلية:** كل ما يقع في (الوطن) هو خبر داخلي أو محلي، كذلك كل ما يتعلق بالوطن من الحوادث والأخبار التي تقع في الخارج هو أيضاً خبر محلي أو داخلي.

كما أن الخبر الداخلي قد يجري في خارج الوطن وقد يكون مصدره الخارج (خبر عن رئيس الدولة الذي يزور دولة أجنبية).

تختلف الصحف العربية في تعريف الأخبار الداخلية. فمثلا صحف دار أخبار اليوم تعتبر أخبار الوطن العربي كلها أخبار داخلية، أما الأهرام فتعتبر الأخبار المتعلقة بمصر فقط هي الخبار المحلية.

أما الصحف السورية فقد حاول بعضها تقسيم الأخبار إلى محلية وعربية ودولية وأفرد لكل منها صفحة أو أكثر. ولكن هذا التقسيم لم يستقر وسرعان ما عادت الصحف لتعتبر الخبر المحلي هو المتعلق بالقطر العربي السوري فقط. ولتضع الخبر العربي في صفحة الأخبار الخارجية.

حسب المضمون:

- **الخبر السياسي:** تندرج تحت مظلته جميع الأنباء ذات العلاقة بتحركات القادة، والمسؤولين وتصريحاتهم ومواقفهم ومؤتمراتهم وقراراتهم، كما تقع ضمن دائرة الخبر السياسي الأحداث والمشاكل الاقليمية والدولية التي لها مساس بحياة وسياسات وأهداف الشعوب وحركات التحرر والثورات في العالم.
- **الخبر الثقافي:** يقع ضمن حقل الآداب والموسيقا، والفنون والإنجازات الحضارية، والإبداعات في مجال العلوم والمعارف الإنسانية، فأنباء المسرح والسينما والقصة والرواية والفلكلور الشعبي والمتاحف والآثار والأزياء ومسابقات ملكات الجمال.
- **الخبر الاقتصادي:** وهو ما كان معنياً بالصناعة والتجارة والزراعة والطاقة والتموين والنقد، وكل مسميات ورموز القاعدة المادية للحياة والمجتمع.
- **الخبر الاجتماعي:** هو ما يتحدث عن حياة الناس وتطورهم في مدنهم وأريافهم وعلاقاتهم الاجتماعية وتقاليدهم، ومشاكلهم وطموحاتهم في إطار الأسرة والعائلة والعشيرة في القرية والمدينة والوطن.
- **أخبار الجرائم:** وهي التي تدور حول وقوع الجرائم أو محاولات وقوعها، وحول المجرمين، وطرق إجرامهم، ومحاكماتهم.
- **الأخبار الخفيفة والطرائف:** وهي الأخبار الصغيرة التي تدور حول بعض تفاصيل الحياة اليومية، أو حول بعض الحوادث الغريبة وغير المألوفة، وتشبّه هذه الأخبار بأنها "ملح الصحيفة" والهدف منها التسلية والامتاع والترويح عن النفس.

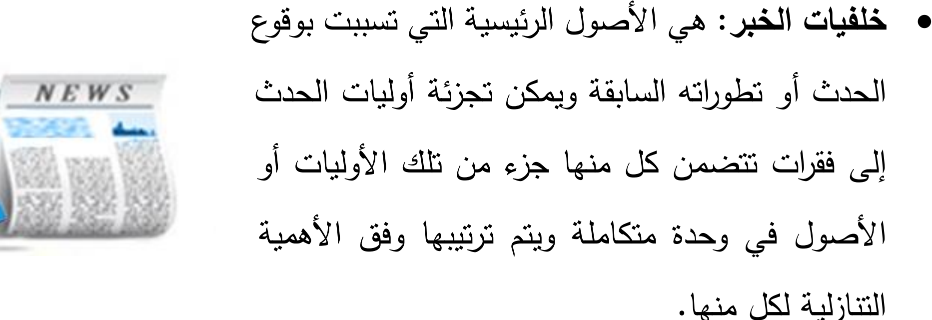
ثالثاً: أجزاء الخبر:

يتكون الخبر من ثلاثة أجزاء رئيسية هي:

- **المقدمة:** يتم تحريرها باختيار أهم جزء من تفاصيل الخبر الذي يمثل مركز الثقل، وتتم صياغته في فقرة لا يتجاوز عدد كلماتها الثلاثين، تتضمن ملخصًا للموضوع وتكشف عن هوية الأشخاص والأماكن من ذوي العلاقة وتبرز الطابع المميز للخبر وتعطي آخر التفاصيل عن الحدث وتثير اهتمام القارئ لمتابعة قراءه الخبر.



- **تفاصيل أحداث الخبر:** تتكون من أجزاء تتشكل منها شريحة من الخبر، وتتناول جزء من أحداثه في وحدة متكاملة يتم ترتيبها في تسلسل وفق الأهمية التنازلية لكل منها، أي نبدأ من الأهم ثم الأقل أهمية وهكذا.

- **خلفيات الخبر:** هي الأصول الرئيسية التي تسببت بوقوع الحدث أو تطوراته السابقة ويمكن تجزئة أوليات الحدث إلى فقرات تتضمن كل منها جزء من تلك الأوليات أو الأصول في وحدة متكاملة ويتم ترتيبها وفق الأهمية التنازلية لكل منها.

والخبر الكامل هو الذي يعطي الإجابات الوافية والكاملة على الأسئلة الستة التالية:

- من: من الذي لعب الدور الأول في وقوع الحدث.
- متى: من وقوع الحدث.
- أين: مكان وقوع الحدث.
- ماذا: ماذا حدث.

- كيف: تفاصيل الحدث.
- لماذا: أوليات أو خلفيات الحدث.

وليس بالضرورة أن تتوفر في الخبر الإجابة على الأسئلة الستة ولكن المحرر الصحفي يسعى دائماً ليضمن خبره الإجابات على ما يستطيع من هذه الأسئلة، كما ليس بالضرورة أن تكون لكل الأخبار خلفيات فهناك أخبار ليست لها أوليات سابقة وإن ذكرت هذه الأوليات وكانت معروفة لدى القراء فإنها تصبح ليست ضرورية.

رابعاً– مصادر الأخبار:

يقصد بمصدر الخبر الصحفي الإشارة إلى الأداة التي تحصل من خلالها الصحيفة على الخبر الصحفي، وقد يكون المصدر شخصاً مثل كبار الشخصيات الرسمية والشعبية أو نجوم الحياة الاجتماعية أو كبار الشخصيات الأجنبية التي تزور البلاد وغير ذلك من المصادر الحية، أو قد يكون هذا المصدر جهة مثل وكالات الأنباء والإذاعات المحلية والأجنبية والصحف المحلية والأجنبية والإعلانات والنشرات الرسمية والشعبية والهيئات والمؤسسات العامة والخاصة وغير ذلك من المصادر.

وهناك عدة أنواع من المصادر هي:

المصادر الخاصة:

الصحافيون العاملون لصالح المؤسسة، وهم:

- **المخبرون المندوبون:** وهم المخبرون في داخل النطاق الجغرافي للمؤسسة (المراسل المحلي).
- **المخبرون المراسلون:** وهم المخبرون خارج النطاق الجغرافي للوسيلة (المراسل الخارجي)، وعموماً يسعى المحررون للحصول على المصادر سواء عبر الملاحظة الشخصية ومعايشة الواقع أو اللجوء للمصادر المطلعة، التي يمكن الاعتماد عليها، وتفيد في موضوع الحدث وإغناء وقائعه وتبيان أسبابه ونتائجه.

- **قسم المراجعة** المخصص لتلقي مصادر الناس الخاصة المتعلقة بقضاياهم وحياتهم.

المصادر الخارجية:

- كافة وكالات الأنباء العامة ووكالات الأنباء المصورة، حيث تعد المغذي الرئيسي للصحف وبقية الوسائل الأخرى، وقد سميت بالوكالات لأنها بمثابة الوكيل عن مشتركيها، أو ممثلة لهم، تجمع المواد الإعلامية وخصوصاً الأخبار والمعلومات وصورها وتوزعها على الوسائل الإعلامية المشتركة، لكن دون أن تنزع عنها هويتها الاقتصادية كمؤسسات تسعى للربح، أو ربما لتحقيق نزعة إيديولوجية أو سياسية، وهي تشمل وكالات أنباء دولية ووكالات أنباء شبه دولية ووكالات أنباء إقليمية ووكالات أنباء وطنية.

ومن أشهر هذه الوكالات في العالم:

- وكالة الأنباء الفرنسية "هافاس سابقاً **AFP**" التي أنشأها شارل هافاس، عام 1940.
- وكالة رويترز للأنباء التي أنشأها بول جوليوس رويترز عام 1851، وهو يهودي ألماني كان يدعى إسرائيل بيل، وقد هاجر إلى بريطانيا بعد تغيير اسمه واعتناقه المسيحية، وقد اعتمدت بدايتها على 45 حمامة زاجلة تنقل المعلومات بين بروكسيل واشين الألمانية، قبل أن تلجأ إلى التلغراف عبر مكاتبها المنتشرة في كل أوروبا.
- وكالة الأنباء الأمريكية "وكالة الصحافة المتحدة الأسوشيدبرس (**AP**)، التي بدأت عام 1849 باتحاد ست صحف أمريكية في نيويورك، ليصبح لها 71 مكتباً في العالم و142 داخل أمريكا، ويعمل فيها 1100 صحفي أمريكي و480 أجنبي وفق إحصائيات 1999، وتوزع خدماتها إلى 1700 صحيفة، بميزانية تصل إلى 300 مليون دولار.
- وكالة اليونايتد برس انترناشونال (**UPI**) التي نشأت بعد اندماج وكالتين أمريكيتين عام 1958، وتعود أصولها إلى صحف إثارة (صفراء) هي: مجموعة صحف سكريبس وماكري ومجموعة صحف هيرست.
- وكالة تاس الروسية التي تطورت عن وكالة بطرس برجر تلجرافن اجنتور، وقد أطلق عليها اسمها بعد التحول من وكالة روستا للأنباء إلى وكالة أنباء الاتحاد السوفيتي

"Sovietskovo Soyuza Telegrafnioe Agenstvo" ومنها أطلق أحرفها الأربع الأولى لتصبح عام 1918 "تاس، **TASS**"، وبعد انهيار الاتحاد السوفيتي عوضت تاس بوكالة ايتار تاس عام 1992 لتكون الوكالة الرسمية لروسيا.

- وكالة أنباء نوفوستي السوفيتية التي بدأت عام 1961، وبعد انهيار الاتحاد السوفيتي أصبحت نوفوستي تدعى وكالة أرت أنفو تاس.
- وكالة أنباء شينخوا الصينية (وهي وكالة شبه دولية) التي تأسست عام 1931 وأصبحت الوكالة الوحيدة بعد تأسيس جمهورية الصين الشعبية عام 1949.
- وكالة أنباء الشرق الأوسط المصرية (وهي وكالة شبه دولية) تأسست عام 1955"**MENA**"

- **الخدمات الخاصة التي تقدمها الصحف الكبيرة** من خلال اتفاقيات مع الصحف أو الوسائل الصغيرة، فهي أساساً لا تعمل لحساب الصحيفة، ويختلف عملها عن عمل وكالات الأنباء رغم تشابه بنيته ووظيفته بصغر النطاق الذي تعمل فيه مقارنة بالوكالات، وهي خدمات قد نشأت بالدرجة الأولى للتخلص من النمطية التي تعتمد عليها الصحف بسبب اعتمادها المتزايد على وكالات الأنباء، ومن أشهرها:
  - الخدمة الصحفية للنيويورك تايمز التي بدأت عام 1962 بأربع مشتركين لتصل اليوم إلى أكثر من مئة مشترك داخل الولايات المتحدة الأمريكية وخارجها، وتشترك فيها عديد من الصحف العربية والأجنبية، ومن بينها جريدة الأهرام المصرية، والبيان الإماراتية.
  - الخدمة الصحفية للوس أنجلس تايمز، وواشنطن بوست التي بدأت عام 1962، وتشترك فيها معظم صحف دول الخليج.
  - نيويورك هيرالد تربيون التي بدأت عام 1931.
  - الخدمة الصحفية لشيكاغو ديلي نيوز التي تعد أقدم الخدمات منذ انطلاقها عام 1898.
- خدمات السلاسل التي تقدمها كبريات الصحف لسلسلتها الإعلامية فقط، وتحصر خدماتها فيها، مثل:

- خدمة جانيت الإخبارية، التي توزع خدماتها على سلسلة مؤسسة جانيت في أربعين وكالة أمريكية ومنها صحيفة "يو اس ايه تودي" (أمريكا اليوم) ذائعة الصيت.
- خدمة مجموعة صحف كوبلي.
- خدمة نايت ريدر تريبون، التي تقدم خدماتها إلى 600 صحيفة خاضعة للمؤسسة والتي تصل نسخها يومياً إلى قرابة 80 مليون نسخة.
- خدمة مجموعة صحف سكريبس هوارد المؤسسة منذ أكثر من 100 عام، وتختص مجموعاتها بمجمل أنواع الصحافة الفنية والرياضية والاجتماعية والسياسية والاقتصادية.

- الصحف والمجلات ومحطات وشبكات التليفزيون المحلية أو الدولية، وذلك عن طريق قسم الاستماع للإذاعات والقنوات العربية والدولية، وأقسام المتابعة للصحف والمجلات والمطبوعات المختلفة، وتزداد أهمية هذه المصادر كون التلفزة أو المذياع يكونان الوسيلة الوحيدة أحياناً لتغطية نشاطات الدولة الباثة أو أحداثها الجسام كالانقلابات والتصريحات الخطابية الخاصة أو الانتخابات أو حتى الأحداث المحلية على النطاق الرياضي أو الخدمي، وقد تزايدت أهمية هذه الأقسام مع تعدد قنوات البث بفضل الأقمار الصناعية المباشرة.
- شبكة الإنترنت والمواقع الإخبارية عليها، حيث أضحت شبكات الإنترنت من أهم مصادر الأخبار، وقد تم مواكبة هذه الشبكة من قبل المدارس الأكاديمية عبر تعزيز مصطلحي:
  - "التحرير بمساعدة الكمبيوتر، Computer-assisted-reporting".
  - "التحرير بمساعدة الانترنيت، Internet-assisted-reporting".

وقد كشفت دراسة قام بها إريك ماير "Eric K Meyer" صاحب شركة نيوزلنك أن الإنترنت غير طبيعة الأخبار وطريقة إيصالها، ففي آخر التسعينيات تبين أنه كان هناك أكثر من 3600 صحيفة تحظى لها بموقع على الشبكة مقابل 20 فقط في عام 1994، منها 2000 في الولايات المتحدة الأمريكية وحدها، والبقية في كندا والعالم، ولعل هذا ما دفع شركة مايكرو سوفت لتجند لموقعها على الشبكة 200 صحفي، كما أن 39% من الصحفيين الأمريكيين يعتمدون في مصادرهم على الإنترنت، ولا تقتصر على طريقة الحصول على المواقع الإخبارية بل تم توظيف البريد الالكتروني E-mail، لإجراء المقابلات، حيث ترى كارول ريتش أنه في أحيان كثيرة يكون البريد الإلكتروني الطريقة المثلى

لإجراء المقابلات، على اعتبار أنه يتميز كمصدر للحصول على المعلومات بمنح الوقت الكافي للتفكير بالرد، ويعفى المحرر من تدوين الملاحظات، كما يمنح الثقة بالاقتباسات، في حين تتمثل عيوبه بغياب الفورية والقدرة على الاستفسار والتعقيب والمتابعة لما يقوله المصدر، ومن أشهر مواقع البحث على الإنترنت: "Yahoo, Netscape, MSN Infoseek, Excite, Lycos," إضافة إلى "Google" الذي يتميز بإمكانية البحث باللغة العربية مع عشرات اللغات الأخرى.

- شبكات وقواعد المعلومات التي تستقي منها الوسيلة أخبارها عبر اتفاقيات تبادل أو اشتراكات مالية محددة، أو مجانية الاعتماد.

مصادر أخرى:

- **جماعات الضغط:** في كل دولة تسعى منظمات لحشد التأييد لقضايا معينة مثل البيئة ورعاية الحيوانات وحقوق الإنسان وغيرها، وقد يكون لدى بعضها جديد تقوله أو الكشف عن تخطيطها لحملة خاصة.
- **الدوريات المتخصصة:** تغطي هذه الدوريات مجالات مثل الصحة أو العلوم أو البيئة أو صناعة النفط، ورغم أنها موجهة أساساً للمتخصصين فكثيراً ما تنشر تقارير تهم قطاعاً عريضاً من القراء.
- **معاهد الدراسات ومراكز البحوث:** بعضها يدرس حالة المجتمع والاقتصاد، وبعضها ينشد توقع الاتجاهات المستقبلية، والبعض الآخر يقارن بين سياسات الدول، وأي من تقاريرها يمكن أن ينطوي على قصة إخبارية جيدة.
- **الاحتفالات السنوية:** تذكر حدث مهم وقع في الماضي ومعرفة كيف تغيرت الأمور منذ وقوعه.
- **المتابعات:** متابعة حدث مهم وقع منذ أسابيع أو أشهر أو سنين ومعرفة ما حدث للمعنيين به.

خامساً: عناصر الخبر:

يركز الباحثون في صناعة الأخبار وقواعد التحرير على العناصر الأساسية التالية:

- الحالية، الفورية، الجدة، الظرفية: (Timeliness): كون الخبر مؤقتاً ومرتبط بأحداث اليوم، أو بكل جديد يثير الاهتمام والترقب.
- القرب/ المكان Proximity: من الطبيعي أن يهتم الجمهور بتلك الأخبار التي تدور في بلدهم ومدينتهم وشارعهم.
- الأهمية/ الشخصيات البارزة (Prominence): النشاطات والأعمال المختلفة التي يقوم بها رجال السياسية، ونجوم السينما وكبار الشخصيات تشكل قيمة إخبارية، وعنصراً مهماً من عناصر الخبر الذي ينال اهتمام الجمهور، حتى كبار المجرمين واللصوص الخطرين يحظون باهتمام الجمهور العام.
- الغرابة Oddity: من أهم عناصر التشويق الإخباري هي طرافة الخبر وغرابته، فالذي لا يمكن حدوثه ويحدث يستحوذ اهتمام جمهور الأخبار بشكل يستثير دهشتهم واهتمامهم.
- الصراع Conflict: إن أي نزاع بين الناس، والمجموعات والدول، يمكن أن يثير اهتمام المستمعين.
- الاهتمام الإنساني Human Interest: إن الخبر في عرف الصحافة يثير اهتمام أكبر قدر من الناس على اختلاف مشاربهم، وهذا النوع من الأخبار ينطوي على تأثير Impact ما دام يستثير عدداً كبيراً من المستمعين، ويعرف الاهتمام الإنساني بأنه مجموعة العناصر التي تضفي على الموضوع، أو الخبر بعداً عاطفياً وإنسانياً، ويكون لها تأثيرها.

سادساً: قيم الأخبار:

يرى كالتونك (Galtung) وماري روج (Marie Ruge) أن هناك احتمالاً أكبر لنشر الأحداث، إذا كنت تلبي أياً، أو بعض، أو عدة معايير أو قيم من التالية:

- **نسبة الحدوث (Frequency)**: تتعلق بالوقت الذي يستغرقه وقوع الحدث بشكل يتناسب مع وقت الوسيلة الإخبارية.
- **الضخامة (Amplitude)**: كلما كان الحدث أكبر كان أفضل، وكلما كان دراماتيكيا، زادت قوة تأثيره وتحقيقه لما يسمى اندفاع الجمهور.
- **الوضوح (Unambiguity)**: كلما كانت الأحداث واضحة ومحددة، سهل على الجمهور ملاحظتها وسهل على المراسلين، التعامل معها.
- **الألفة (Familiarity)**: تتعلق هذه القيمة الإخبارية بالجماعة، وبالقرب الثقافي، وبما يتناغم مع الجمهور المتلقي فالأشياء القريبة تعنينا أكثر من سواها.
- **التماثل (Correspondence)**: درجة التقاء الأحداث مع توقعات الجمهور وتنبؤاته.
- **الدهشة/ المفاجأة (Surprise)**: لا بد أن يكون الحدث مفاجئاً، أو نادراً وغير متوقع ليكون خبراً جيداً.
- **الاستمرارية (Continuity)**: تفترض هذه القيمة الإخبارية أن يكون الخبر جديداً، ليقع في عناوين الصحف ونشرات الأنباء.
- **التشكيل/التركيب (Composition)**: إن الحاجة لتحقيق التوازن في تقديم الأخبار تجعل المحرر يطرح بعض العناصر المتناقضة، مثل تقديم بعض الخبار المحلية، إذا كانت غالبية الأخبار المقدمة دولية، أو أن يقدم بعض الأخبار المشوقة، إذا كانت نسبة الأخبار التي تبعث على التشاؤم عالية.

سابعاً: نماذج الأخبار News Models:

قدم المنظرون الإعلاميون في محاولاتهم لتحديد مفهوم الخبر ومواكبته لواقع المنافسة الإخبارية والتحولات الصحفية والاقتصادية والسياسية التي يشهدها العالم اليوم أربعة نماذج للأخبار ذات ملامح وخصائص مميزة، وتجسد نظرة حرفية متطورة للعملية الإخبارية وطرائق إعداد الأخبار لتكون صالحة للاستخدام من قبل وسائل الإعلام الإخبارية المختلفة، وكل أنموذج من هذه النماذج يكشف عن القوى المؤثرة في صناعة الخبر، ولكل واحد منها تأثيره ووقعه الخاص في غرف الأخبار، لا بل حتى عند جمهورها، مما يؤكد تعقد العملية الإخبارية وتشابك العوامل المؤثرة فيها، ويدل على أن فن كتابة الخبر على درجة عالية من الحرفية والدقة والمسؤولية، ويقتضي مهارات وخبرات غير عادية قادرة على استيعاب هذه العملية وكل العوامل المؤثرة فيها، وهذه النماذج هي:

- **نموذج المرآة "The Mirror Model":**



حيث يعكس الخبر واقعاً محدداً كالمرآة تماماً، ويؤدي هذه المهمة، فالصحفيون والمراسلون يراقبون العالم الذي حولهم، وينقلون ما يشاهدونه بدقة وموضوعية قدر الإمكان، مثلما تكون المرآة صادقة تماماً في عكس الصورة التي تقف أمامها، ويدافع أنصار هذا النموذج عن أنفسهم بقولهم "نحن لا نصنع الخبر، بل ننقله فقط"، وهذه النظرة للأخبار تميز الصحافة السكسونية الناطقة باللغة الإنجليزية التي تعتمد "الموضوعية" في التغطية الإخبارية، وتقول أن الصحفي يصف الحدث، ولا يفسره ولا يشارك فيه، فما هو إلا قناة لنقل المعلومات التي ينتجها غيرهم، ويقومون بنقلها بعيداً عن صياغته وفق شكل يقدم معنى معين، لينتقل الصحفي بذلك من كلب حراسة "Watch Dog" إلى حمام زاجل "Carrier Pigeon"، وهو ما تطابق مع نظرية النخبة التي ظهرت في أمريكا وتصور الصحافة مجرد مندى لأولئك الذي يصنعون القرارات.

بالمقابل فإن نقاد هذه النموذج يرون أنه غير واقعي نظراً لملايين الأحداث التي تقع في خضم هذا العالم، والتي يصعب على وسائل الإعلام نقلها واستيعابها بموضوعية، فالصحافة تعيد

تشكيل الصورة الحقيقية للواقع، حتى أن الصور التي لا يمكن أن تكذب قد تشوه الواقع، فقد تبدو مجموعة صغيرة من المتظاهرين مثل جيش غاز أمام فن الكاميرا.

- **النموذج الاحترافي** The Professional Model:

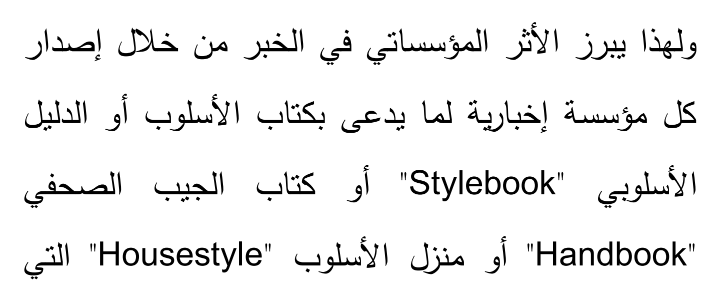


ينطلق هذا النموذج من أن صناعة الخبر يقوم بها محترفون ماهرون، يولفون الأخبار المختارة حسب أهميتها وجاذبيتها للجمهور بشكل يجعله يتلهف لمتابعتها، مما يحقق للوسيلة مكسباً اقتصادياً جراء إقبال الجمهور عليها، مما يجعل حجم الإقبال هو الفيصل في قرار النشر أو البث، مما يجعل من الجماهير حراس البوابة " Gate Keepers" ما يقبلونه فقط هو الذي يرى النور، وسوى ذلك يهمل ويموت، إضافة إلى أن الخبر يتحول إلى سلعة متطورة خاضعة للمنافسة.

- **النموذج المؤسساتي** The Organizational Model:



ينطلق من نظرة المؤسسة الإخبارية وتقاليدها وتعليماتها وطرائق تصرفها مع الأحداث والأخبار، فاختيار الأخبار يبرز من خلال الضغوط التي تخضع لها العمليات المؤسساتية وأهدافها، والعلاقات المتبادلة والمعايير الحرفية داخل كل مؤسسة إخبارية.



ولهذا يبرز الأثر المؤسساتي في الخبر من خلال إصدار كل مؤسسة إخبارية لما يدعى بكتاب الأسلوب أو الدليل الأسلوبي "Stylebook" أو كتاب الجيب الصحفي "Handbook" أو منزل الأسلوب "Housestyle" التي تعتمده كل مؤسسة ذائعة الانتشار، وتضمنه تعليمات لغوية وأسلوبية وطرائق وقواعد تحرير الأخبار والتعامل مع الأحداث على اختلاف أنواعها، إضافة لتقاليد الوسيلة في إعداد الأخبار ونقلها، وتجبر محرريها على التعامل مع الأخبار من خلال توصياته، لدرجة لا ينجح المحرر

في القبول داخل الصحيفة مهما كانت حرفيته إذا لم ينجح في اختيار كتاب أسلوب المؤسسة نفسه.

ومن أشهر كتب الأسلوب كتاب الأسلوب لليونايتدبرس ووكالة أسوشيتدبرس، ووكالة رويترز، والنيويورك تايمز والواشنطن بوست المسمى " The Washington Post Desk Book on Style"، وعموماً يعد كتاب أخبار "book News" والذي حمل عنوان " The Tsewe Encoruter" أول كتاب إخباري نشر عام 1513، ويدور حول صياغة تقرير معركة "فلودن فيلد" وقد زود تغطية الحروب الانجليزية–الاسكتلندية في العقد الرابع من القرن التاسع عشر بمادة لمزيد من الكتب الإخبارية.

ويبقى شيوع هذه الكتب دليلاً على حرص المؤسسة الإخبارية على التميز وإتقان صنعتها الإخبارية ومراعاة قواعد الكتابة والمعايير الأسلوبية، وهذا المسعى في حد ذاته مؤشر على أن كتابة الأخبار أصبحت صناعة متقنة ودقيقة ولها خصائصها المعينة.

- **النموذج السياسي الأيدلوجي** The Political Model:



وينطلق من أن الخبر في أي مكان ما هو إلا نتاج الميول الفكرية للقائم بالاتصال، فضلاً عن الضغوط السياسية التي تعمل في ظلها المؤسسة الإخبارية، فكيفما يكون الجو السياسي تكون النظرة إلى العالم، والتغطية لوقائعه، فأنصار النظام دائماً أخيار، وأعدائهم لا بد أنهم أشرار، ومن يحظى بالتغطية المؤيدين، فالرأي العام يجب أن يشكل وفقاً لمبادئ النظام.

لهذا ليس غريباً أن يكون تعريف الخبر في الصين، بأنه المعلومات التي تفيد الحكومة، مما يجعل الخبر ابن بيئته ووليد تقاليدها وأيديولوجياتها السائدة، ولعل هذا ما دفع لجنة ما كبرايد في دراستها لمشكلات الإعلام الدولية أن تعرف الخبر عند صياغة تغرير "عالم واحد وأصوات متعددة" على أنه يعكس واقع وقيم المجتمع الذي نشر فيه، بمعنى أن النظام السياسي والاجتماعي والاقتصادي والثقافي يلعب دوراً كبيراً في تقرير الأنباء التي تنشر أو لا تنشر، وطريقة تحريرها وعرضها.

الخلاصة:

الخبر هو وصف موضوعي دقيق تطلع به الصحيفة أو المجلة قراءها في لغة سهلة واضحة وعبارات قصيرة على الوقائع والتفاصيل والأسباب والنتائج المتاحة لحدث حالي أو رأي أو موقف جديد لافت للنظر أو فكرة أو نشاط هام تتصل جميعها بمجتمعهم وأفراده، كما تساهم في توعيتهم وتسليتهم وتحقق الربح المادي لها.

يرى بعضهم أن الخبر "تقرير آني وسريع عن الأحداث المفاجئة، يحتوي على العناصر الأساسية بالحدث في تركيز واقتضاب ولا يقدم الإجابة الشافية عن كل الجوانب المتعلقة بالحدث".

المراجع

1. عدنان أبو السعد، رائد حسين الملا، الثابت والنسبي في الخبر الصحفي، مجلة الباحث الإعلامي، العدد 6-7، 2009.
2. أديب خضور، الخبر الصحفي، دمشق، مطابع دار البعث، 1982.
3. صابر فلحوط، توجيه الخبر، سوريا، الوكالة السورية للأنباء (سانا)، دورة الخبر في الإعلام العربي التي أقامتها المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم خلال الفترة 15-30 كانون الثاني، 1983.
4. فاروق أبو زيد، فن الخبر الصحفي، القاهرة، عالم الكتب، ط2، 1992.
5. عربي المصري، علوم الخبر وفنون تحريره، الجمعية السورية للعلاقات العامة، ط1، 2005.
6. مؤسسة رويترز الخيرية، دليل المراسل الصحفي، 2006.
7. أديب خضور، كمال بديع الحاج، الكتابة للإذاعة والتلفزيون، دمشق، جامعة دمشق، مركز التعليم المفتوح.

التمارين

حدد الإجابة الخطأ:

- **أقسام الأخبار تبعاً لمضمونها:**

A. سياسي.

B. ثقافي.

C. تحليلي.

D. اقتصادي.

الإجابة الصحيحة: تحليلي.

- **أجزاء الخبر:**

A. أهمية الخبر.

B. مقدمة.

C. تفاصيل أحداث الخبر.

D. خلفيات الخبر.

الإجابة الصحيحة: أهمية الخبر.

- **مصادر الأخبار الخاصة:**

A. وكالات الأنباء.

B. المخبرون المندوبون.

C. المخبرون المراسلون.

D. قسم المراجعة.

الإجابة الصحيحة: وكالات الأنباء.

الوحدة التعليمية الرابعة

البرامج الإخبارية

مقدمة:

يقوم التقرير (وكذلك الخبر) بمهمة الإجابة على الأسئلة التالية، ماذا حدث، وأين، وذلك على عكس التعليق الذي يقدم علاقة السبب– النتيجة القائمة بين الظواهر، كما يقدم تقويماً اجتماعياً سياسياً لهذه الظواهر، وبالتالي، فإنه يقدم جواباً على سؤال: لماذا؟ ومن أجل أي شيء؟ ومن أجل أي هدف؟

وهكذا فإن الواقعة في الخبر أو التقرير أو الحدث ليست مجرد موضوع فقط، بل هي الهدف، بينما في التعليق تستخدم الوقائع كوسيلة لدعم موقف الصحفي، وكأدلة وحجج في سياق براهينه.

إن عملية انتقاء وتنسيق الوقائع هذه، تتبعها، في الأقسام الإخبارية، عملية معقدة تتضمن ترتيب المادة، ووضعها في تسلسل محدد، أو ما يمكن تسميته بلغة الصحافة إخراج Layout المادة في أعمدة الصحف، وفي البرامج الإذاعية والتلفزيونية، وهكذا، فإن عملية الانتقاء هذه تمكن الصحفيين من حذف الأمور ذات الأهمية الثانوية، وتمكنهم كذلك من الصمت، أو تجاهل الوقائع غير المرغوب فيها.

وهكذا نرى أن الخبر (والتقرير)، كنوع صحفي، ليس أقل طبقية، أو أقل انحيازاً من حيث طبيعته، من الصحافة ككل، إذ يمتلك الخبر، مناهجه ووسائله الخاصة ويستخدمها بطريقته الخاصة، من أجل القيام بمهام تحريضية دعائية وثقافية تعليمية، لاعباً بذلك دور "المنظم الجماعي" للجماهير.

وعلى ضوء ما تقدم، فإننا راضون تماماً عن قبولنا تصنيف البرامج الصحفية التلفزيونية إلى قسمين:

- برامج إخبارية صحفية information publicist section.
- برامج وثائقية فنية Documentary artistic sections.

إن الفروق الموجودة بين هذين القسمين، والتي هي أساساً من طبيعة دعائية، هي فروق كمية أكثر مما هي نوعية، ولذلك فإن أنواع كلا القسمين متحدة من حيث الدعاية Publicist والتي تتضمن دائرة (مجال Sphere) النشاط العام الاجتماعي–السياسي، الذي يؤثر على الرأي العام، ويصفه بشكل منتظم، ومنهجي وغائي، وتتضمن أيضاً طريقة– منهج Method عكس الواقع، وعملية التنظيم (ترتيب– تنسيق) الإبداعي للمادة الوثائقية، التي تأخذ شكل أنواع مختلفة، وبتعبير آخر، أنها أيضاً شكل (صورة Form يفترض تنوعاً واسعاً من طرق وأشكال التعبير.

إن معظم الأنواع في التلفزيون، والتي صنفت تقليدياً كأنواع إخبارية صرفة، تقوم في الواقع العملي بتحقيق أغراض دعائية متنوعة، وذلك ابتداء من الملاحظة (المتابعة) البسيطة لحدث محدد وملموس، مأخوذاً أو مقتلعاً من "سياق الواقع" (وذلك مثل النقل أو البث الفوري لحدث ما، على سبيل المثال)، ووصولاً إلى التحليل العميق والشامل لعلاقة السبب والنتيجة، وإلى تقديم النزعات أو التوجهات الفعلية.... إلخ (على سبيل المثال: الحديث المسرح The dramatized interview، أو الريبورتاج النموذجي).

وبتعبير آخر، إن ما هو اسمياً- اعتبارياً نوع "إخباري صرف"، يقترب عملياً وليس بدرجة أقل من كونه نوع فكري- دعائي Publicist "صرف".

ومن أهم أشكال البرامج الإخبارية ما يلي:

- النشرة الإخبارية.
- موجز الأنباء.
- التحليل الإخباري.
- التعليق الإذاعي.
- التقرير الإخباري.
- البرنامج الإخباري الخاص.
- الجريدة والمجلة الإخبارية.
- بعض الأنواع الإخبارية المتفرعة عن الخبر والمتداخلة في الصياغة الخبرية.

وسنتناول في هذا الفصل: (البرنامج الإخباري الخاص- الجريدة والمجلة الإخبارية- بعض الأنواع الإخبارية المتفرعة عن الخبر والمتداخلة في الصياغة الخبرية).

أولاً: البرنامج الإخباري الخاص:

وهو برنامج يعد سلفاً بشكل تسجيلي ويرتبط غالباً بمناسبات وطنية أو سياسية، ويتضمن هذا البرنامج الذي يمكن أن تصل مدته إلى نصف ساعة أو أكثر الشكل التحليلي للحدث أو المناسبة، ويمكن أيضاً أن يتضمن بعض المقابلات والأخبار الحديثة.

ويرى بعض الخبراء والمختصون أن البرنامج الخاص ينقسم إلى قسمين:

البرامج البيوغرافية (التشخيصية)Biographical programs:

وهي برامج تقدم من خلالها قصص حياة الشخصيات الأدبية والتاريخية والفنية المهمة والبارزة، ويطلق على هذا النوع مسمى البروفايل الإعلامي.

- خصائص البرامج البيوغرافية (البروفايل الإعلامي):
  - هو مادة إعلامية ذات طابع معلوماتي.
  - يرسم ملامح شخصية عامة لها مكانة في المجتمع في مناسبة معينة، مثل حصوله على جائزة.
  - هو نوع تقريري لا يتدخل المعد في حيثياته، لا تعليقاً ولا تحليلاً.
  - يتسم بالموضوعية، أي الانطلاق من الوقائع، وعدم إخفاء بعض الأشياء.
  - يمكن أن تأتي مادة إعلامية مستقلة، أو جزءاً من برنامج إخباري، أو برامج أخرى مثل "حدث في مثل هذا اليوم".
- طرائق تحرير البرامج البيوغرافية (البروفايل الإعلامي):

  يمر تحرير البروفايل الإعلامي بمجموعة من الخطوات التالية:
  - تجمع المادة الخام عن الشخصية من الأرشيف، وبنوك المعلومات، أو الإنترنت.
  - قيام المعد بتحريات مباشرة قد توصله إلى معلومات غير معروفة عن الشخصية، ولا بد هنا من تقاطع المعلومات، كي يتحرى الدقة في الحقائق والمعلومات.
  - تدرس المادة الخام، ويجرى تنسيقها من حيث التتابع التاريخي لحياة الشخصية، وتأتي أهمية الأحداث بالأكثر أهمية، فالأقل.
  - تصفية العناصر الغير مهمة، وغير الملائمة لحجم المادة.

- توزع المعلومات بصورة متوازنة على كامل السيرة الحياتية للشخص، فلا نكثف المعلومات في مكان، ونقول أشياء لا معنى لها في مكان آخر.
- تُعرض المعلومات بدقة ووضوح (الأمكنة، الأزمنة، الأعوام، الكلام الذي قيل).
- يراعي المعد التسلسل الزمني في العرض، إلا عند وجود أحداث معينة، قد تكسر هذا التتابع.
- يتجنب المعد أي مبالغات إيجابية أو سلبية.
- استخدام الأقوال مأثورة للشخصية، إذا تطلب الأمر في سياق العرض في حال موت الشخصية، فإن لذلك وقعاً كبيراً في نفوس المستمعين.
- الدخول مباشرة في الموضوع دون مقدمات، وعدم الحاجة إلى اختتام تقليدي.

البرامج التسجيلية وتقسم إلى قسمين:

- البرامج التسجيلية التثقيفية: وهي برامج تتناول موضوعات وقضايا خاصة، وأفكاراً محددة، مثل إعداد برنامج عن البطالة، أو عن مرض الإيدز.



- البرامج التسجيلية التقريرية: وهي برامج وثائقية تعتمد على تقديم تقارير صوتية من مواقع الأحداث، ويمكن أن تقدم على الهواء مباشرة.



ثانياً: الجريدة والمجلة الإخبارية:



هي عرض خبري يومي غالباً يقوم بتنفيذه فريق الأخبار بالمحطة الإذاعية أو التلفزيونية بمشاركة بعض المتخصصين والخبراء والصحفيين.



الحلقة الثالثة من البرنامج الأسبوعي ״الحدث״

أما في المجلة فهي دورة إذاعية أو تلفزيونية تتسم بالتناول التحليلي للأخبار على مدى أسبوع، ويتميز الشكلان الإخباريان بتنوع القصص الخبرية فهناك أبواب السياسة الداخلية والسياسة الخارجية والاقتصاد والرياضة والحوادث.

ومن أشهر المحطات الإذاعية التي قدّمت هذا الشكل الإخباري إذاعة فرنسا، كما بدأت إذاعة في برنامجها العام تقديم الجريدة الإخبارية الناطقة منذ 18 فبراير 1980 وهي مستمرة حتى الآن.

ثالثاً:الأنواع الإخبارية المتفرعة عن الخبر والمتداخلة في الصياغة الخبرية:

بالرغم من اعتبار الخبر وحده أبو الفنون الصحفية التي جاءت جميعاً بعده لتزيد في تقرير تفاصيله الزائدة، أو لتعلق على حقائقه، أو تحللها، أو تستضيء من شخصياته حول طبيعته، أو تحقق فيما ورد ضمن معلوماته، وبالرغم من كونه كذلك الهدف الأول للمتلقي، والقادر على إشباع فضوله الإنساني وحب الإطلاع لديه والتعريف بما يدور حوله، فإن ثمة أنواع إخبارية تزامل الخبر سواء في صفحات الجرائد الأولى أو في النشرات الإخبارية والإذاعية، وأهمية كل منها مقارنة بالخبر ومدى تقرير فوارق الإدراك والإفادة بينه وبين الفنون الإخبارية التي يمكن أن ترد في النشرة الإخبارية أمر غير محسوم، ويتطلب كثير من التجارب التطبيقية، لكن عموماً يبقى النوع الإخباري الذي يعتمد على المذيع فقط لتقديم المعلومات أو (الخبر البسيط في صحيفة دون أي مرافقة) أقل إدراكاً وأهمية في الاسترجاع من النص الذي يزاوج بين المذيع والمندوب أو المراسل.

الأنواع الإخبارية التي تتضمنها نشرات الأخبار:

وتتعدد الأنواع الإخبارية التي يمكن أن تتضمنها نشرات الأخبار إلى جانب الخبر ومن أشهرها:

- التقرير "Reporting News".
- القصة الإخبارية "News Story".
- المقابلة أو اللقاء "Interviewing".
- التحليل الإخباري "Analysis News".
- الموضوع الإخباري "Feature News".

الأنواع الإخبارية التي تتضمنها الصفحة الإخبارية الرئيسية:

يمكن تسجيل أهم الأنواع الإخبارية التي تعرض ضمن الصفحة الإخبارية الرئيسية أو نشرة أخبار التليفزيون أو الراديو، كالآتي:

- **خبر بسيط فقط دون أي مرافقة "Simple News":** يلتزم هذا النوع التزاماً صارماً بنقل الحدث، ممتنعاً عن أي تعليق أو تحليل أو شرح أو تفسير، ويتكون عادة من واقعة أو اثنتين على الأكثر، يوجزها بالإجابة على الأسئلة الستة: "من، ماذا، متى، أين، كيف، ولماذا"، ضمن إيقاع وأسلوب إنبائي صرف، بعيداً عن أي تعليق أو تفسير أو شرح أو تأويل، ويمكن أن يضاف إليه تصريح أو إسناد لمصدر مسؤول ذي علاقة وطيدة بالخبر، وتتعدد أنواع الأخبار البسيطة، فمنها:
    - الأخبار الإنسانية الفاصلة "Filler News".
    - الأخبار السريعة " Spot News".
- **قصة إخبارية "News Story":** تعد القصة الإخبارية من منظور التحرير الإخباري قالب تصاغ فيه المادة الإخبارية كشكل تفسيري مطور للخبر المجرد، وهو الفارق الوحيد بينها وبين الخبر حيث يمكن أن يخضع كلاهما للقوالب الإخبارية السابق ذكرها لتنظيم المعلومات، مما يجعلها أسلوب للخبر المعقد متعدد العناصر.

وبالتالي فالقصة الإخبارية عرض موضوعي للوقائع والمعلومات عبر عمليات صياغة الحدث وتنظيمه، مع إبراز مجمل التفاصيل والخلفيات عن مادة إخبارية تتضمن واقعة إخبارية أو أكثر وتعرضها بأكثر من جانب، وتبرز تأثير الحدث وتأثره بالواقع المحيط والأشخاص المنفعلين والفاعلين بإطار الحدث، وذلك من خلال أسلوب أقرب للسرد القصصي منه إلى السرد الخبري دون ظهور شخصية المحرر، كون القصة الإخبارية مجموعة وقائع لها جذور في الماضي، وسيترتب عليها أحداث مقبلة مستقبلاً، وتهم قطاع كبير من الجمهور.

- **خبر مرفق بتقرير مراسل "Reporting News":** يشير مصطلح التقرير الإخباري في اللغة الإنجليزية "Report" إلى إشاعة أو تقرير أو بيان، يقوم على الروي أو القص أو الوصف لنقل معلومات أو رسالة.

فالتقرير نوع إخباري حيوي مهمته نقل جوهر الحدث في سيره وحركته الديناميكية، ويقدم المعلومات بشكل مباشر، ويقوم بدور الشاهد أو المشارك بالحدث، ولهذا يمكن القول أن المخبر يمثل عين وأذن الجمهور.

ومن هنا يطلق عليه "هيرزن" الحياة في أشكال الحياة ذاتها:

- لما يحمله من بصمات للصحفي أمام الكاميرا، فهو مفصّل وحيّ، ولا ينقل الحدث فحسب، بل يجعل الجمهور يعيشه.
- نظراً لأهميته التي تقتضي الإطلاع على مزيد من تفاصيله في الموقع، مما يجعل المحرر يورد ملابسات حوله لا يشملها حيز الخبر العادي.
- وهو يضيف معلومات متجددة عن سيرورته، بشكل لا يكتفي بإخبار الحقائق بقدر قيامه بإيصال مغزاها.
- إنه ينطلق من موقع الحدث أو على مقربة منه، من خلال تعديه للجوانب الجوهرية ليقدم وصفاً لمكان وزمان الحدث، ومع المعلومات المتعمقة حول الحدث نفسه، أو ظروف وأسباب وكيفية وقوعها، والأشخاص المرتبطين به، وخلفية متعمقة حولها وردود الفعل عليها، مما يجعل معلوماته ذات طابع وثائقي، لتضمنها ثلاثة عناصر هي: الخلفية والتفسير والتحليل.
- تقديم الحقائق الأساسية بشكل موضوعي ومتوازن بعيداً عن الرؤية السطحية، وبما يسمح لظهور شخصية المحرر وإبراز ذاتيته وتفسيره القائم على الوقائع الموضوعية.

كانت التغطية التقريرية حتى منتصف بداية العقد الأخير من القرن الماضي تقسم إلى:

- تغطية تقريرية مجردة "Objective News Reporting": تكتفي برصد الوقائع والأفكار دون التعمق في التفاصيل والخلفيات.
- التغطية التقريرية المفسرة "Interpretative News Reporting" التي إلى جانب رصد الوقائع والأحداث تحللها وتدعمها بالتفاصيل والخلفيات الموضحة والشارحة، وتقدم عبرها الأدلة والشواهد وكل وسائل الإيضاح التي تجعل المتلقي ملماً بكل التفاصيل والظروف المحيطة بالحدث ووقائعه.

إلا أنه ومع انتشار القنوات الفضائية الإخبارية المتخصصة، نرى أن طبيعة التقرير المقدم تحتم المزاوجة بين النوعين، مع المحافظة على خصوصية النوع الإعلامي، ليصبح الخبر البسيط أو المركب هو من يقوم بوظيفة التغطية المجردة، انطلاقاً من خصوصية الخبر وطبيعته التكوينية، فيما يقوم التقرير بالوظيفة الاستقصائية.

- **خبر مرفق بتحليل إخباري "Analysis News":** يعد التحليل الإخباري حلقة وصل هامة بين الأنواع الإخبارية الصرفة والأنواع التفسيرية، كونه يولد الانطباع والرؤية الأولية عن الحدث، فهو يقدم وقائعه ومعطياته محاولاً تفسيرها تفسيراً أولياً ساخناً فورياً من خلال تفنيد عناصره باقتضاب وبزمن محدد.

وتنطلق مقدمته من واقعة ملموسة أو بارزة، وقد يطرح المحلل أسئلة حول الموضوع أو يقدم بشكل مباشر روابط أهم الأحداث بدلالاتها ومبرراتها وخلفياتها الداعمة لتفاصيل الحدث وشخصياته، مع تسجيل تجربة فهم المحرر الذاتية للأحداث بشكل يستند على التفسير والتحليل، بشكل يؤهله لتوقع أبعاد القضية وسيناريو المستقبل أو تلخيص شواهدها وأحكامها ورموزها وحلولها، كما يقدم التحليل الإخباري تحليلاً شاملاً للأحداث والوقائع والمعلومات التي نشرت أو أذيعت سواء بصورة مجتمعة أو متفرقة على فترات زمنية مختلفة، ولكنها متقاربة.

- **خبر مرفق بموضوع إخباري "Feature News":** هو القصة التي تبنى كلياً على عنصر الاهتمامات الإنسانية، أو هو الموضوع الذي لا يخضع للمبادئ الصارمة للأخبار الجادة، أو هو الموضوع الذي يعالجه المحرر بطريقة تبرز ناحية معينة منه على أساس أنها الأقرب لقلب المتلقي، ويركز من خلالها على كل ما يعالج النواحي العاطفية والإنسانية، حيث يمكن أن

يتخلى على عنصر الحالية المطلقة ويعتمد على دافع ذاتي كمبرر لتقديمه الآن، كمواضيع الذكرى السنوية، أو المواضيع التي يطلق عليها "كيف تفعل ذلك **How to do it?**" الذي ليس لها وقت محدد، لكن تمتاز بأسلوب شيق ولغة ثرية ومعالجة معمقة.

ورغم تعدد استخدامات هذا اللفظ ونوايا المحررين من ورائه إلا أنه يبقى في لغة الأخبار، ويتم التركيز فيه على سمة الاهتمام الإنساني، ولهذا يمتاز الموضوع الإخباري بأسلوب شيق ومعالجة ثرية وبتناول موضوعات خفيفة أو إنسانية، لدرجة أن البعض يشبهه بالتقرير، لكن الذي يركز على جانب واحد.

- **خبر مرفق بمقابلة أو لقاء "Interviewing":** تقوم المقابلة المقدمة في نشرات الأخبار على تقديم المعلومات من خلال الحوار بين المذيع أو المراسل وإحدى الشخصيات المؤثرة والفعالة أو المنفعلة بالخبر، للحصول على المزيد من الوقائع التفصيلية أو استعراض وجهات النظر، وقد يكون الحوار مباشر أو عبر وسيط إلكتروني كالهاتف أو الأقمار الصناعية.

وتختلف المقابلات عن الأحاديث الصحفية بأنها يمكن تضمينها ضمن نوع إعلامي آخر كالخبر أو التحقيق، فيما يكون الحديث نوعاً مستقلاً قائماً بذاته يستعرض أكثر من جانب أو حدث واحد كأحاديث الرأي والإمتاع والجماعات والمؤتمرات، مع التمييز بين المقابلة التي يستعد لها المحرر ويعرف صاحبها مسبقاً، واللقاء الذي لا يتم الإعداد المسبق له، كأن يكون مع أحد شهود العيان الذين يصادفهم المحرر في موقع الحادث.

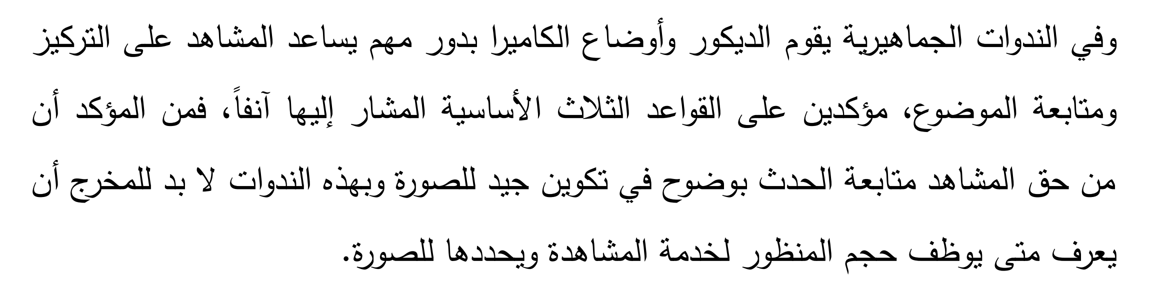
تصنيف عبد الخالق عباس للبرامج الإخبارية:

ويضيف عبد الخالق عباس نوعين آخرين للبرامج الإخبارية وهما الندوات، والمناظرة:



- **الندوات:** تقوم برامج الندوات والمناقشات أساساً على اشتراك عدد من الأشخاص لا ينبغي أن يقل عددهم عن شخصين ولا يزيد على أربعة، ومع وجود مدير للندوة يتولى إدارة المناقشة وتوجيه الأسئلة، وأشكال الندوة قد تكون المائدة المستديرة أو غير المستديرة طبقاً للشكل الفني الذي يتفق عليه المخرج مع مصمم الديكور.

  وقد تكون الندوة في شكل من أشكال الندوات الجماهيرية، وهذا النوع من برامج المناقشات والندوات التي يحضرها جمهور من المشاهدين وتنعقد داخل الاستديوهات المناسبة لها أو إحدى القاعات خارج الاستديو.



وفي الندوات الجماهيرية يقوم الديكور وأوضاع الكاميرا بدور مهم يساعد المشاهد على التركيز ومتابعة الموضوع، مؤكدين على القواعد الثلاث الأساسية المشار إليها آنفاً، فمن المؤكد أن من حق المشاهد متابعة الحدث بوضوح في تكوين جيد للصورة وبهذه الندوات لا بد للمخرج أن يعرف متى يوظف حجم المنظور لخدمة المشاهدة ويحددها للصورة.



- **المناظرة:** وهي المناقشة الثنائية وتكون عادة حول موضوع يمثله طرفان من الأطراف، ويحمل كل منهما رؤية ووجهة نظر مختلفة، وقد تكون هذه المناظرة:
  - داخل الاستديو في مواجهة بين الطرفين ويجلس بينهما المذيع أو مقدم البرنامج.
  - عبر الأقمار الصناعية من المكان الذي يؤكد موقف كل طرف من الموضوع.
  - عبر الهاتف إذا تعذر نقل صورة أي منهما عبر الأقمار الصناعية.

رابعاً: الخطوات العلمية في إعداد البرامج الإذاعية:

يمكن توضيح أهم الخطوات العلمية في إعداد البرامج الإذاعية في النقاط الآتية:

- **اختيار الفكرة/ الموضوع/ الشخصية:**

تتعدد الموضوعات والقضايا والشخصيات التي يمكن أن تكون مادة صالحة للبرامج الإذاعية، ويمكن تصنيف هذه الموضوعات والقضايا إلى النقاط الآتية:

  - موضوعات وقضايا تثير اهتمام أوساط الرأي العام.
  - موضوعات وقضايا تتسم بالآنية والحداثة وتفرض نفسها على وسائل الإعلام.
  - موضوعات وقضايا تتصل بإنجازات على أرض الواقع.
  - النماذج والقدوة المشرفة.
  - المبتكرين والمجددين في المجالات المختلفة.
  - الاهتمامات الإنسانية.
  - مكافحة الجريمة.
  - المستقبليات.

- **تحديد أهداف المعالجة الإذاعية:**

تتمثل أهداف المعالجة الإذاعية للموضوعات والقضايا المختلفة في واحد أو أكثر الأهداف الآتية:

  - إمداد الجمهور بالمعلومات والمعارف حول القضايا وموضوعات والشخصيات المختلفة.
  - تدعيم اتجاهات وقيم إيجابية مسبقة موجودة أصلاً لدى فئات الجمهور المستهدف.
  - تدعيم سلوكيات إيجابية موجودة أصلاً لدى الجماهير مسبقاً.
  - خلق اتجاهات وقيم وسلوكيات إيجابية حول موضوعات وأفكار جديدة تطرح في المجتمع، وتحتاج تحمس الجمهور المستهدف لها.
  - محاولة تغيير اتجاهات وقيم سلبية لدى الجمهور المستهدف.
  - محاولة تغيير سلوكيات سلبية لدى الجمهور المستهدف.

وتفيد خطوة تحديد أهداف المعالجة الإذاعية في وضع الإطار التنفيذي الصحيح لبرنامج الإذاعي، بحيث نضمن عدم خروج البرنامج الإذاعي وتفرعه إلى نقاط عديدة تخرج عن الهدف الرئيسي للبرنامج.

- **تحديد الجمهور المستهدف في البرنامج الإذاعي:**

تحدد في هذه الخطوة نوعية الجمهور المستهدف من البرنامج الإذاعي، هل يستهدف البرنامج جمهوراً عاماً (كل فئات الجمهور) أم يستهدف جمهوراً متخصصاً، ويقصد بالجمهور المتخصص إحدى فئات الجماهير التي يمكن تميزها عن غيرها اعتماداً على واحدة أو أكثر من الخصائص التالية:

  - الفئات العمرية.
  - الخصائص المهنية.
  - الخصائص التعليمية والثقافية.
  - النوع.
  - الخصائص المرتبطة بالمنطقة الجغرافية للإقامة (الحضر – الريف – البدو).
  - خصائص أخرى.

ويفيد تحديد الجمهور المستهدف في الجوانب التالية:

  - التركيز على أبعاد معينة في الموضوعات والقضايا المطروحة.
  - تلبية الاحتياجات الحقيقية للجمهور المستهدف.
  - اختيار الضيف الملائم.
  - تحديد المدة الزمنية للبرنامج/ الحلقة.
  - تحديد الوقت المثالي لبث البرنامج الإذاعي.
  - تحديد نوعية الموسيقى والأغاني الملائمة للبرنامج.
  - تحديد أشكال الاتصال والتفاعل المناسبة مع أسرة البرنامج الإذاعي.

ويلاحظ أن الاتجاه المعاصر في البرامج الإذاعية يركز على توجيه الرسائل الإذاعية إلى فئات جماهيرية متخصصة، كما أنها تتصدى أيضاً لموضوعات وقضايا متخصصة.

- **جمع المعلومات:**

يعتمد النجاح الحقيقي للبرامج الإذاعية في أحد أبعاده الأساسية على مقدار الجهد الذي يبذل من جانب المعدين في جمع البيانات والمعلومات التي تتصل بالموضوعات والقضايا والشخصيات التي تقدمها البرامج الإذاعية.

وتتعدد مصادر المعلومات التي تفيد في إعداد البرامج الإذاعية وتشمل:

  - الجرائد والمجلات.
  - الكتب والدوريات العلمية.
  - التقارير الرسمية بالوزارات والجهات الرسمية.
  - المؤتمرات والندوات.
  - نشرات المؤسسات والجمعيات الفاعلة في المجتمع.
  - شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت) من خلال مواقع الدول والوزارات والجهات الرسمية وغير الرسمية ومواقع الأشخاص.
  - الخبراء في المجالات المختلفة.

- **اختيار ضيف /ضيوف البرنامج:**

ينبغي أن يعتمد اختيار الضيوف في البرامج الإذاعية على عدة أسس موضوعية تشمل:

  - تخصص الضيف وخبرته في موضوع البرنامج.
  - القدرة الاتصالية للضيف التي تمكن من سهولة توصيل معلومتها إلى الجمهور.
  - القبول لدى المستمعين.
  - أن يكون متاحاً أثناء التسجيل.

- **اختيار الموسيقى والأغاني:**

تستعين بعض البرامج الحوارية بالموسيقى والأغاني، ويشترط لنجاح استخدامها في البرامج الإذاعية أن تتسم بالمواصفات الآتية:

  - أن تلائم طبيعة الموضوع/ القضية المطروحة للنقاش.
  - أن تلائم طبيعة الجمهور المستهدف من البرنامج.
  - أن تستخدم في الأماكن المناسبة في البرنامج.
  - يمكن استخدامها في التعليق وإبداء الرأي.

- الابتعاد عن استخدام الأغاني الهابطة.

- **الإعداد لجلسة تمهيدية بين مقدم البرنامج الإذاعي وضيف/ ضيوف البرنامج قبل التسجيل:**

يفضل قبل تنفيذ (تسجيل) البرنامج الإذاعي أن يعقد المعد جلسة تمهيدية بين مقدم وضيف البرنامج لتحقيق الأغراض التالية:

- خلق ألفة بين المذيع والضيف.
- خلق ألفة بين الضيف والميكرفون.
- الاتفاق على محاور الموضوع/ القضية.
- الاتفاق على المدة الزمنية للبرنامج.
- تمكين فريق العمل من الاختبار الفني للأجهزة.
- اختيار أفضل وضع للجلسة الحوارية.

الخلاصة

تقسم البرامج الصحفية التلفزيونية إلى قسمين:

- برامج إخبارية صحفية Information publicist sections.
- برامج وثائقية فنية Documentary artistic sections.

إن الفروق الموجودة بين هذين القسمين، والتي هي أساساً من طبيعة دعائية، هي فروق كمية أكثر مما هي نوعية.

أهم أشكال البرامج الإخبارية: النشرة الإخبارية، موجز الأنباء، التحليل الإخباري، التعليق الإذاعي، التقرير الإخباري، البرنامج الإخباري الخاص، الجريدة والمجلة الإخبارية.

المراجع

1. أ. بوريتسكي، ترجمة أديب خضور، الصحافة التلفزيونية، دمشق، المكتبة الإعلامية، ط2، 2009.
2. ماجي الحلواني حسين، مقدمة في الفنون الإذاعية والسمع البصرية، القاهرة، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، 1999.
3. عبد الخالق عباس، إخراج النشرات والبرامج الإخبارية، تونس، مجلة اتحاد الإذاعات العربية، العدد4، 2009.

التمارين

حدد الإجابة الخطأ:

- **خصائص البروفايل الإعلامي:**

A. هو مادة إعلامية ذات طابع معلوماتي.

B. هو مادة إعلامية ذات رأي.

C. نوع تقريري لا يتدخل المعد في حيثياته.

D. يتسم بالموضوعية.

الإجابة الصحيحة: هو مادة إعلامية ذات رأي

- **من الأنواع الإخبارية التي تعرض ضمن نشرة الأخبار:**

A. خبر بسيط فقط دون أي مرافقة.

B. قصة إخبارية.

C. خبر مرفق بتقرير مراسل.

D. خبر مرفق برأي الصحفي.

الإجابة الصحيحة: خبر مرفق برأي الصحفي.

- **طرق تحرير البروفايل الإعلامي:**

A. جمع المادة الخام من الأرشيف عن الشخصية.

B. التحري عن معلومات غير معروفة عن الشخصية.

C. التواصل مع الشخصية.

D. توزع المعلومات بشكل متوازن على كامل السيرة الحياتية للشخص.

الإجابة الصحيحة: التواصل مع الشخصية.

الوحدة التعليمية الخامسة

نشرات الأخبار التلفزيونية

أ- نشرات الأخبار التلفزيونية

أولاً: العوامل الأساسية التي ساهمت في تطور النشرة التلفزيونية:

- العامل السياسي: إن تطور النشرة التلفزيونية خاصة في بدايتها كان رهين العامل السياسي، فالدول تنظم قنواتها التلفزيونية وفق تنظيمها القانوني والإداري والسياسي، فما هو الداعي لقيام الدول، وليس المؤسسات الخاصة، بإطلاق قنوات تلفزيونية باللغة العربية موجهة إلى الشعوب العربية إن لم يكن سياسياً وإيديولوجياً حتى وإن اتخذ مسمّيات مختلفة: الدبلوماسية العمومية، أو التقارب الثقافي.



ورغم تطوّر العلاقات بين السلطات العمومية والقنوات التلفزيونية العامة والخاصة نحو المزيد من استقلالية هذه الأخيرة، في العقود الأخيرة، وتجدد التشريعات القانونية التي تنظمها، إلا أن مواقف الدولة الفرنسية، على سبيل المثال، تطلّ عبر التغطية التي يقوم بها التلفزيون الفرنسي للأحداث الوطنية والدولية، وكذلك الأمر بالنسبة إلى قناة سي.إن. أن (CNN)، وحتى قناة فوكس نيوز الأمريكية (News Fox)، التي تكشف بهذا القدر أو ذاك عن مواقف البيت الأبيض الأمريكي تجاه القضايا الدولية.

إن معنى هذا القول أن التلفزيون يتأثر بهذا الحد أو ذاك بالرؤية الرسمية للأحداث والتي تترك بصماتها في طريقة انتقاء الأحداث وفي أشكال التعبير عنها، فالنشرة المصوّرة في تعريفها البسيط هي طريقة في اختيار الأحداث وإخضاعها لتراتبية معيّنة، وتمثّل الأحداث والمؤسسات والأفعال، وشكل من الخطاب الذي تقوده قضية معيّنة، وشكل من توزيع الكلمة على القوى الاجتماعية الصانعة للحدث أو المؤيدة لها من باب الاستفادة المادية أو الرمزية منه أو المتضررة منه أو المعارضة له، فهي وسيط بين الجمهور وما يجري من أحداث لكنه وسيط نشيط يعيد تشكيل هذه الأحداث من ترسبات ثقافية وتمثّل سياسي للأحداث.



- العامل التقني: على الرغم من أن التكنولوجيا لا توجد في حالتها المجرّدة والمنفصلة عن الممارسات الاجتماعية، إلا أنه يمكن القول أن تطور النشرة التلفزيونية ارتكزت بقدر كبير على المبتكرات التكنولوجية، بدءاً من عدّة التصوير، وصولاً إلى تقنيات البث المباشر.



  - إن الانتقال من التصوير السينمائي إلى الفيديو جعل النشرة التلفزيونية تكتسب الكثير على صعيد الوقت، والجودة، وكمية الأخبار المنقولة.
  - كما أثر دخول جهاز القراءة عن بعد Teleprompter، وسمّاعة الأذن تأثيراً واضحاً في تقديم النشرة التلفزيونية وفي تراتبيّة الأخبار بما يتناغم مع تطورات الأحداث.
  - والعامل الأكثر أهمية البث المباشر الذي دفع بالآنية إلى أقصى درجة حيث أعاد هيكلة دورها، وغيّر في ما ينتظره المشاهدون منها، فقبل البث المباشر كانت النشرة التلفزيونية تحكي عمّا جرى، وبعد البث المباشر غدت تُظهر ما يجري.

لقد ساهمت هذه التقنية في دفع الصورة التلفزيونية لتغيّر موقعها في اللغة السمعية البصرية، وتنتقل من كونها وثيقة إثبات وحجة على واقعية الأخبار ومصداقيتها إلى مادة حية لإظهار الحدث وإبرازه، وإن النقل الحي والمباشر للأحداث قد أنتج الإحساس لدى المشاهدين بالمشاركة في الحدث وهو يجري أمام نظرهم.

وهكذا ساهمت المبتكرات المتتالية في جعل النشرة التلفزيونية تكسب على مستوى القرب، وكسبت معها الجمهور كثيراً على صعيد العاطفة لكنها خسرت كثيراً على مستوى الفكر والفهم، على حد تعبير الباحث دانيال بونيو.

إن انتقال البث التلفزيوني من التناظري إلى الرقمي لم يدفع النشرات التلفزيونية إلى الاستفادة من جودة الصورة ونقاء الصوت فحسب، بل منحها إمكانيات إضافية لتشخيص الأحداث والتعبير عنها من خلال عمليات التشخيص بواسطة الغرافيك Graphic Design، وإعادة مسرحة الأحداث أو تشكيلها، مع كل ما تحمله هذه الاستفادة من مزالق، وما تتيحه من إمكانية التلاعب والتضليل بالحقائق والوقائع، وسمحت هذه التكنولوجيا للنشرة التلفزيونية

بالمساهمة في تجسيد مقولة "الإعلام الجماهيري الفردي"، حيث منحت للمشاهد فرصة التخزين الشخصي السهل، ومرونة التحميل عبر أقنية تكنولوجية مختلفة، والتمتع بحريّة التصرف في وقت مشاهدتها.



- العامل الاقتصادي: إن اعتماد القنوات التلفزيونية المتزايد على الإعلانات في تمويل القنوات التلفزيونية غذّى المنافسة بينها، وسلّع الأخبار، مما أدى إلى إعادة النظر في مواضيع النشرة التلفزيونية ومضمونها وشكلها، وساهمت وسائل قياس المشاهدة Audiometer في تغيير المعادلة الإعلامية في التلفزيون، فأبعدتها عن هاجس التغطية الأكمل والمتروّية لأهم الأحداث، ودفعتها للانشغال بالوصول إلى أكبر عدد ممكن من الجمهور، ولبلوغ ذلك لابدّ من إرضائهم بشتى السبل، منها:
    - تقليص المواضيع المتعلقة بالأحداث الدولية والاقتصادية في النشرة المصوّرة لصالح القضايا الجارية والقريبة من الانشغالات المحلية، حتى تلتصق، أكثر، بالأوضاع التي يعيشها الجمهور.

    إن ما يرعب مسؤولي النشرات التلفزيونية هو تقديم مادة إخبارية تبعث على الملل، فيلجأ المشاهد إلى استعمال سلاحه الفتاك "جهاز التحكم عن بعد" Remote control لمشاهدة قناة تلفزيونية منافسة. لهذا الغرض شهد نصف القرن الماضي تزايد إيقاع النشرة التلفزيونية سرعة. فالريبورتاج الذي كان يأخذ ستّ دقائق من زمن النشرة المصوّرة، أصبح يستغرق 36 ثانية فقط.

    إن الاختصار في مدة بث الأخبار التلفزيونية لم يحدث ديناميكية في النشرة التلفزيونية التي تغري بالمشاهدة فقط، بل زاد في عدد الأحداث التي تعرضها في الموعد الإخباري الواحد. يمكن أن نشير، على سبيل المثال، إلى أن النشرة الإخبارية في قناة تلفزيونية فرنسية تطرقت إلى 24 حدثاً خلال 37 ثانية فقط.
    - الضغط على مدة الخبر واختصاره زمنياً، ورفع إيقاع النشرة التلفزيونية نتيجة لما يعيشه العصر الحالي من سرعة، وللتغيير في الحياة الاجتماعية التي نظمتها

تكنولوجيا الاتصال الحديثة وفق إيقاعها الخاص، مما حدا بالنشرة التلفزيونية إلى سلب المشاهد حقه في فهم ما جرى، فتقدم له شذرات من الأحداث التي تتوالى أمام نظره بدون رابط مكاني أو موضوعي. لقد تماهت النشرات التلفزيونية مع فعل المشاهدة بالمواثبة Zapping فغدت تقدّم أحداثاً خاطفة، متدفقة بسرعة، تتقاطع فيها الصور والألوان والحركة ويمتزج فيها الدرامي بالسخري والاستكشافي.

- تغيير قواعد الإنتاج: حيث دفع ضغط الإعلان النشرة التلفزيونية لتقترب أكثر من المادة الدرامية، فأخضعها لقواعد إنتاجه وإخراجه، فإذا كان هناك نوع من الاستمرارية والثبات في الديكور، فإن سيناريو الأخبار يتغيّر باستمرار حسب طبيعة الأحداث، لكنه يحافظ دائماً، على مبدأ الاستعراض الذي يمتزج فيه الترقب والعاطفة.

ثانياً: بناء النشرة الإخبارية:

تتكون نشرة أخبار التلفزيون من مجموعة من القصص الإخبارية (News Story) التي أصبحت الشكل السائد للخدمات الإخبارية المصورة، يتخللها مجموعة من الأخبار القصيرة والمتفرقة والتي يتم ترتيبها بشكل متسلسل، ويعتبر تنسيق الأخبار وترتيبها داخل نشرة أخبار التلفزيون بمثابة المفتاح الذي يكسبها فعالية وأهمية فائقة، وللنشرة الإخبارية إيقاع وأسلوب وشخصية خاصة.

وتبدأ نشرات الأخبار بالتلفزيون "بتتر" مصور مصحوب بلحن موسيقي مميز يهدف إلى تمييزها عن البرامج الأخرى، وكذلك لإثارة اهتمام المشاهد لمتابعة نشرة الأخبار، كما يضيف إليها عنصر التشويق، وللنشرة الإخبارية بداية ووسط ونهاية، وتلعب العناصر والقيم الإخبارية دوراً هاماً في بناء نشرات الأخبار، ولكل نشرة إخبارية تلفزيونية قصة إخبارية هامة تتصدرها، وتعطي هذه القصة الخبرية أهمية خاصة للنشرة، وتتطلب كل قصة خبرية وحدة درامية في بنائها، وتتبع في العادة تسلسل مكون من ثلاثة أجزاء: الذروة والسبب ثم الأثر، وترتب النشرة حسب أهمية أخبارها، بمعنى أن تبدأ بالأخبار التي تهم المشاهدين، وتعتبر مقدمة النشرة أهم خبر مصور فيها.

إن النظرية الأساسية في ترتيب نشرة الأخبار أن تكون عرضاً كأي برنامج، وليس مجرد خليط من الأخبار لا يربط بينها رابط، وإنما بناء عضوي له كيان مكتمل ويجب أن توزع الأخبار الهامة بين فقرات النشرة المختلفة، والهدف من ذلك شد انتباه المشاهدين ومتابعتهم للنشرة، ولا بد أن تكون هناك فترة راحة بين الأخبار الجادة التي تتطلب تركيزاً من المتلقي، فتزاحم الأخبار يؤدي إلى إرهاق المشاهد،

فلابد من أخبار خفيفة تتخلل الأخبار، ولا نستطيع أن نقول الكثير عن شيء واحد فمن الأفضل أن نقول القليل عن أشياء كثيرة وهذا يعني أن النشرة الإخبارية في التلفزيون لا تستطيع التعمق في التفاصيل وإنما تكون أكثر التزاماً بالجوهر، لذلك اشتهرت الصحفية الأمريكية (بول هوليت) في كتابة وبناء النشرة الإخبارية في الراديو والتلفزيون، والتي تنص على:

- قل لهم ما ستقوله لهم Tell them what you are going to tell them.
- قل لهم Tell them.
- قل لهم ماذا قلت لهم Tell them what you have told them.

أي إعداد موجز في البداية، وماذا سيرد في النشرة من أخبار وكذلك موجز في النهاية، وعرض مفهوم القصة الخبرية في المتن، وهذا يجعل النشرة الإخبارية سهلة وجذابة مع مراعاة البساطة والوضوح، وأن تبدو الأخبار كما لو كانت تحدث الآن من خلال الفورية المطلقة واستخدام صيغة الفعل المضارع.

تستخدم هود Leoona Hood منتجة الأخبار السابقة في محطة KUSA–TV من شبكة ABC الأمريكية American Broadcast مبدأ What in it Formed me? عندما تكتب نشرة تلفزيونية، أي ما الذي يخصني في النشرة ويرمز إلى المشاهد، تقول هود "أهم شيء في البث هو أن لدى الناس فرصة واحدة فقط لسماع ما تقوله، فإذا فاتك شيء فأمامهم العديد من الخيارات في أيام تعدد القنوات لذلك يجب أن تتضمن كل جملة شيئاً ما، يثير اهتمامهم، قل شيئاً عن هذا الخبر يجعلهم يبدون اهتماماً".

وتقول أيضاً "حتى إذا كنت تصل إلى مئات الآلاف من المشاهدين حاول أن تتحدث إليهم على مستوى فردي".

وإن إحدى طرق الكتابة الشفافة هي أن تكتب جملاً بسيطة بأن تجعل الفاعل قريباً من فعله وتتجنب ذكر العبارات والجمل الزائدة عن الحاجة، إن تبسيط الأشياء للمشاهد ليس بالعمل السهل بالنسبة للكاتب فأنت تجمع من المعلومات أكثر بكثير مما تستخدم، تقول هود "في الكتابة للتلفزيون إنّ أحد القرارات المهمة هو ليس ما ستضعه بالخبر وإنما ما الذي ستهمله، إن عملك هو إعطاء الجوهر وهو من أهم الأشياء".

يدير مقدم النشرة العرض الإخباري ويقوم بالربط بين خبر وآخر، ومقدم النشرة هو الشخصية الأساسية والعنصر الوحيد الذي لا يمكن الاستغناء عنه في أخبار التلفزيون، وهذه الشخصية الأساسية يجب أن تكون غير متكلفة حتى لا يملها المشاهد، ولا يكتفي أن يتمتع قارئ النشرة بصوت جيد بل إن العنصر المهم هو أن يكون بارعاً في البساطة وقراءة النص بأسلوب يوحي للمشاهدين إنه هو معده.

ثالثاً: أنواع الأخبار التلفزيونية:

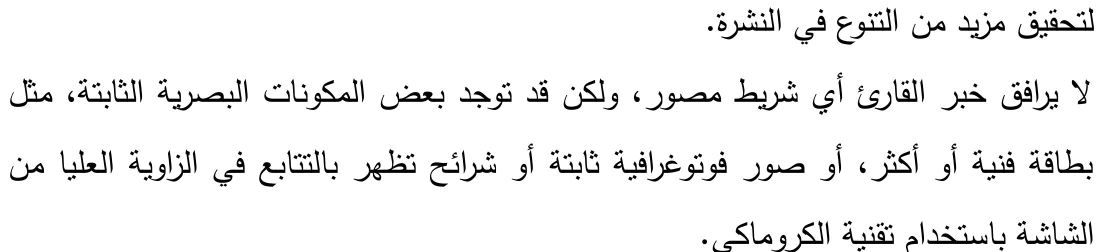
هناك أربع طرق أساسية لتقديم الخبر التلفزيوني:

- **صيغة القارئ The reader:**



أبسط صيغ أو أشكال الخبر التلفزيوني هي صيغة القارئ (READER).

ويتراوح طول الخبر فيها بين 10 و30 ثانية، ويقرأه المذيع أمام الكاميرا دون أن يرافقه أي شريط مصور، قد يستخدم هذا النوع من الأخبار التلفزيونية في الأخبار العاجلة والتي تأتي في وقت متأخر، حيث تكون المادة المصورة غير متوفرة، كما تستخدم حشوةً أو فاصلاً بين خبرين مصورين لتحقيق مزيد من التنوع في النشرة.



لا يرافق خبر القارئ أي شريط مصور، ولكن قد توجد بعض المكونات البصرية الثابتة، مثل بطاقة فنية أو أكثر، أو صور فوتوغرافية ثابتة أو شرائح تظهر بالتتابع في الزاوية العليا من الشاشة باستخدام تقنية الكروماكي.

الرسوم (الغرافيك Graphics) التي تظهر في خبر القارئ هي رمز بصري للقارئ، ومفتاح للموضوع الذي يدور حوله الخبر، وهو غالباً عام، كلمة "حريق" أو "حادث سيارة" فوق رسم توضيحي بسيط.

- **صيغة التعليق على الشريط المصور Voice Over:**



تضيف صيغة التعليق على الشريط المصور على صيغة القارئ مكوناً واحداً، حيث على النص أن يجعل الصورة مفهومة دون أن يشرح المشهد المعين، وقد تم اشتقاق مصطلح التعليق على الشريط (Voice Over) لأن المذيع يقرأ التقرير المكتوب حياً مباشراً على الهواء في الاستديو في الوقت الذي يكون فيه الشريط المصور يبث على الهواء أيضاً، ويمكن أن يكون الشريط في هذا النوع من الأخبار التلفزيونية صامتاً وقد يحمل صوتاً طبيعياً يكون أخفض من صوت المذيع، وقد يبدأ الشريط منذ بداية الخبر حتى نهايته، وقد يظهر المذيع على إحدى الكاميرات ليقدم أو ليختم الخبر.

وبسبب العنصر الصوتي المضاف، قد يكون خبر التعليق على الشريط أطول من خبر القارئ، ولكن لا يزيد طوله عموماً عن 45 ثانية.

- **صيغة الاستديو Studio Package:**

يضاف عنصر آخر إلى خبر التعليق على الشريط المصور لتحصل على خبر وفق صيغة الاستديو (رزمة الاستديو The Studio Package) وهو الصوت المسجل على الشريط، حيث يقدم بشكل مرتفع ومسموع، ويظهر المذيع على الشاشة في بادية الخبر، يقرأ المقدمة، ويستمر المذيع في قراءة الخبر في الوقت الذي يعرض فيه الشريط وذلك حتى المقطع الصوتي الأول.



وأحيانا يقوم المذيع الذي يظهر أيضاً على الشاشة بإنهاء الخبر.

وتستخدم بعض المحطات آلتي تسجيل كاسيت لتنفيذ خبر رزمة الاستديو، واحدة تعرض الصور المتعلقة بالحدث مسجلة بصوت منخفض، والثاني تتضمن مقاطع صوتية مسجلة بصوت مرتفع.



والتوقيت مسألة مهمة في خبر رزمة الاستديو، فيكمن الخطر في أن المذيع إما أن يفوته المقطع الصوتي بسبب قراءته البطيئة، أو أن ينهي قراءة النص في وقت مبكر جداً قبل قدوم الوقت المحدد للمقطع، تاركاً ثوان ميتة على الهواء (صمت)، ويحدد الكاتب التوقيت من خلال قراءة النص بصوت مرتفع حين يكتب خبر رزمة الاستديو، محاولاً أن يقلد إيقاع المذيع، والطريقة الأفضل، ولكن ليست غالبا ممكنة، أن يقرأ المذيع الخبر بصوت مرتفع قبل تجميع الشريط.

ومن الجدير بالملاحظة أنه يجب ألا تكرر مقدمة المقطع الصوتي العبارات التي سوف يسمعها المشاهد على المقطع ذاته، كذلك يجب أن يكتب جملة البداية بحيث يكون لها معنى لوحدها، بشكل مستقل ومنفصل عن المقطع، كما يجب تحديد الطول الإجمالي للمقطع في النص، وكذلك لحظة انتهاء المقطع، وآخر كلمتين أو ثلاث في المقطع، وتحديد نهاية المقطع مسألة مهمة جداً، وذلك من أجل أن يعرف المذيع متى يستأنف القراءة من النص.

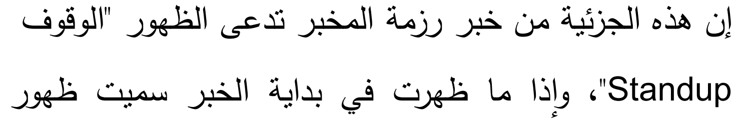
وإذا ما تضمنت نهاية المقطع (Out cue) كلمة أو عبارة كررت مرتين تأكد من أنك أشرت إلى ذلك عند الإشارة إلى نهاية المقطع.

وغالبا ما يكون خبر رزمة الاستديو أطول من خبر التعليق على الشريط والقارئ.

- **صيغة المخبر(المندوب):**



صيغة المخبر (رزمة المخبر The Report Backage) هي الصيغة الأطول بالطبع، وربما الأكثر تعقيداً من بين أنواع الأخبار التلفزيونية، وغالباً ما يعرف المذيع المخبر في بداية الخبر، ولكن المخبر يعرف بنفسه في نهاية الخبر، ويظهر المخبر في وقت ما من التقرير واقفاً أمام الكاميرا.


إن هذه الجزئية من خبر رزمة المخبر تدعى الظهور "الوقوف Standup"، وإذا ما ظهرت في بداية الخبر سميت ظهور البداية (Stand Open)، وإذا ما ظهرت أثناء التقرير سميت ظهور الجسر (Standup Bridge) وعند ظهورها في النهاية تسمى ظهور النهاية (Close Standup)، والهدف من وقوف المخبر أمام الكاميرا هو أن يتيح للمشاهدين أن يعرفوا أن المخبر موجود في مكان الحدث، حيث من المفترض أن تتاح معلومات أكثر من تلك المتوفرة في غرفة الأخبار.

رابعاً: أسس إخراج النشرات والبرامج الإخبارية التلفزيونية:

أ- أسس إخراج البرامج الإخبارية:

- **إظهار الموضوع بوضوح:**

فالمشاهد يريد أن يرى بوضوح ما يجري في مسرح الأحداث، وأن يشاهد بسهولة وراحة، وأن يشاهد الشخص الذي يتكلم عندما يبدأ هذا الكلام وليس بعد ذلك بدقائق، كما يجب عدم الإفراط في المؤثرات، وعلى موضوع اللقطة أن يكون ظاهرا بوضوح في الدرجة الأولى. فلا بد للمخرج أن يضع هدفه الأول في جميع لقطاته: وهي إظهار الموضوع بوضوح.

- **إعداد تشكيل جيد و تقديم اللقطة في إطار جذاب.**
- **ضرورة وجود تأثير دراماتيكي في اللقطة.**

ب- وسائل تحقيق أسس إخراج البرامج الإخبارية:

على المخرج في برامج الاستوديو والمصور الذي يوجد في مكان الحدث القيام بتحديد كل مما يلي:

- **مجال النظر:**



وهو المنطقة أو الحيز من المشهد الذي سيظهر على الشاشة، وكثيراً ما يكون تذكيرنا في هذا المجال مقترناً بالاصطلاحات الشهيرة (medium –close up– long shot – shot) أي اللقطة البعيدة المدى واللقطة المتوسطة واللقطة القريبة المدى.

- **زاوية التصوير:**



وهي الجهة التي تلتقط منها الكاميرا موضوع اللقطة وبالتالي هي الجهة التي يرى منها المشاهد هذا الموضوع، وأحياناً يكون لهذه الزاوية التي يلتقط منها الحدث تأثير نفسي عميق على المشهد، فالمخرج أو المصور يجب عليه أن يحدد زاويته الأفقية إن كان سيصور المشهد من الأمام مباشرة أو على يمين المشهد أو من على يساره أو من ناحيته الخلفية، وعليه أيضاً أن يحدد زاويته الرأسية إن كان من المفضل أن يصور

الموضوع من مستوى النظر أي مستوى العين العادي أو من نقطة نظر منخفضة عن هذا المستوى أو من نقطة عالية مرتفعة عن ذلك المستوى قد تصل في ارتفاعها إلى فوق المشهد تماماً، وبالإضافة إلى انتقاء زاوية التصوير الأفقية والرأسية يستطيع المخرج أن ينتقي زاوية نظر فنية لا يشعر بوجودها إلا المتخصصون، كاللقطة التي تؤخذ من وسط أشلاء وأنقاض أو من وسط احتفالات، وقد يلغي كل الاختيارات بأن يضع الكاميرا في زاوية يطلق عليها (zero angel) وهو الوضع الذي تسبق فيه الكاميرا موضوعية الالتقاط (ubjective) ويتم التقاط الأحداث التي تحدث أمام الكاميرا دون أي حركة منها، فالأحداث تتم أمام العدسة مباشرة.

- **حركة الكاميرا:**



إن الحركة التي تقوم بها الكاميرا لتصوير الحدث أو الندوة أو اللقاء أو غير ذلك، وكل منها تعبر عن معنى:

  - فحركة (ban) أو الحركة الأفقية تعبر عن تغير تدريجي في الموضوع لتحديد المزيد من التفاصيل يميناً ويساراً.
  - حركة (dolly) أي الاقتراب فتعبر عن تغير المسافة بين الكاميرا وبين الحدث أو الأشخاص الذين يصنعون الحدث.
  - حركة عنيفة للداخل أو الخارج (zoom).

كل هذه الحركات تلعب دوراً كبيراً في الوصول إلى التأثير الذي يريده المخرج من اللقطة.

- **تأثيرات تصويرية خاصة:**



كان الاعتقاد منذ فترة أن الاعتماد على الكاميرا ومعداتها التابعة لها يمكن من القيام بعدد من التأثيرات التصويرية المعينة (Camera Effects)، كمطابقة صورة مع صورة أو كاستعمال الصورة التي تلتقطها كاميرتان فوق أو بجوار بعضها (split screen)، وهي اللقطة التي تتضمن مشهدين في آن واحد يفصل خط واضح على الشاشة بينهما، كما يحدث في المناظرات بين أشخاص في مواقع أو بلاد مختلفة، وقد يتعدى ذلك إلى تشويه اللقطة التي تأخذها الكاميرا عمداً لغاية فنية، وهو أسلوب غير مستحب في البرامج الإخبارية التي يجب أن تعرض

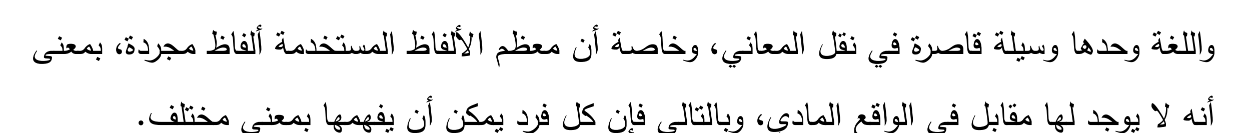
الواقع دون تشويش، إلا أنه يجب أن نكون متأكدين بأن ما نفتقده من إجراء بهذا الخصوص سوف يزيد من قيمة اللقطة بدلاً من أم يشتت انتباه المشاهدين.

خامساً: العناصر الفنية لنشرة الأخبار:



تتمتع نشرات الأخبار في التلفزيون بنوع من الخصوصية يضفى عليها تميزاً ويجعلها أكثر جذباً عن الوسائل الأخرى، ويستخدم التلفزيون عناصر متعددة في نشراته يصفها العامة باستخدام الصورة إلى جانب الصوت، حيث أن هناك عناصر صوتية وأخرى مرئية متعددة تستخدم لنقل المعاني إلى الجمهور بحيث تُسهّل عملية الإدراك، والمقصود بالإدراك هنا فهم المعنى المقصود بنفس الطريقة التي يريدها المرسل.

فالمشكلة الأولى التي يواجهها القائم بالاتصال أن كل فرد من أفراد الجمهور قد يفهم الرسالة بشكل مختلف عن الآخر، وقد يفهم البعض المعنى عكس المقصود، أو لا يفهم الموضوع كلياً، فالوسائل المطبوعة تقتصر على استخدام اللغة في أغلب الأحيان.



واللغة وحدها وسيلة قاصرة في نقل المعاني، وخاصة أن معظم الألفاظ المستخدمة ألفاظ مجردة، بمعنى أنه لا يوجد لها مقابل في الواقع المادي، وبالتالي فإن كل فرد يمكن أن يفهمها بمعنى مختلف.

أما التلفزيون فيستخدم وسائل متعددة لنقل المعان، فالعناصر الصوتية لا تشمل فقط اللغة المستخدمة، ولكن طريقة النطق والإلقاء، ونبرة الصوت ودرجة علوه أو انخفاضه، والضغط على مخارج الألفاظ، والتوقف عند بعض المقاطع وغيرها، وكل واحدة منها قد تنقل معانى مختلفة أو متضادة.

هناك نبرة تعطى الشعور بالاستخفاف أو الاستهزاء أو الجدية أو عكس ما يقال، ومن العناصر الصوتية الأخرى الأصوات الطبيعية التي تحيط بالحدث، والموسيقى وأنواع المؤثرات الصوتية الأخرى، وكلها وسائل لنقل المعاني.

أما العناصر المرئية أو البصرية، فهي الأخرى متعددة، فتكوين الكوادر وأنواع اللقطات والتتابع أو التسلسل البصرى وسائل مختلفة لنقل المعاني.

عناصر الشاشة:

- **قارئ النشرة:**

أي الشخص الذي يقوم، وهو يعرف في اللغة الإنجليزية "Anchorman" بإرساء السفينة، أي تثبيتها في مكانها، وفى هذا إشارة إلى أهمية الدور الذي يقوم به هذا الشخص، فبعض نوعيات الأنباء خاصة الاقتصادية ذات الطبيعة معقدة إلى حد ما تستلزم عدم شغل المشاهد بأي مادة مصاحبة، والتركيز على المذيع فقط حتى يقع في مركز الاهتمام لدى المشاهد، ويمكن بهذه الوسيلة توصيل المعاني بشكل أفضل.

على أن أهم الاعتبارات هي ضرورة وجود وجه مألوف على الشاشة، لأن ذلك يؤدى إلى وجود نوع من الألفة والارتباط بين المشاهد والبرنامج، وتؤدى الألفة بدورها إلى إيجاد نوع من الثقة عند المشاهد، وهو هدف أساسي تعمل جميع محطات التلفزيون على تحقيقه.

ولذلك فمن الضروري إلا يتبادل قراءة النشرة الواحدة أكثر من شخصين، وقد درجت معظم المحطات الغربية على أن يكون لكل نشرة ثلاثة مذيعين، يتولى الأول وهو المذيع الأساسي قراءة الأخبار العامة، ويتخصص الثاني في الأنباء الرياضية، ويتولى الثالث تقديم نشرة الأحوال الجوية، وهذا أمر مقبول طالما أن كل واحد منهم يتخصص في نوع معين من الأخبار.

ولكن من الخطأ البيِّن أن يتبادل اثنان أو أكثر قراءة الأخبار، فيعيق تدفق النشرة وسلامتها، إلى جانب ما قد تثيره أحياناً من ارتباك عندما يسهو المذيع الذي عليه الدور، فيضطر زميله أو مدير الاستوديو إلى تنبيهه ليبدأ القراءة، كما أن هناك بعض النواحي الفنية التي قد تتأثر إذا لم يكن المخرج منتبهاً أو إذا كان الديكور قد صمم بشكل معين، فقد يظهر شعار النشرة أو المحطة في الخلفية مرة على يمين الشاشة ومرة على يسارها إذا كان قد وضع بين المذيعين، مما يضر الاستمرارية الواجب توافرها في تتابع المَشاهد.

على أن النشرات الطويلة التي تستمر لمدة ساعة، يتم التعامل معها بشكل مختلف، حيث تقسم النشرة في هذه الحالة إلى وحدات، ويتم التعامل مع كل وحدة منها بشكل مستقل.

وهناك رأي يحبذ أن تقتصر قراءة نشرات الأخبار على المذيعين دون المذيعات باعتبارهم أكثر مدعاة لاكتساب ثقة المشاهدين، ولكن الأبحاث العلمية أثبتت خطأ هذا الرأي، فالمسألة تستوي

عند الجمهور بصفة عامة، كما أن هناك اعتقاداً شائعاً بضرورة أن يتحلى المذيع أو المذيعة بعذوبة الصوت وجمال الطلعة، وهو أيضاً رأي يجانبه الصواب، فالمطلوب في الصوت وضوحه وتميزه وليس جماله، وهناك كثير من المذيعين المشهورين في هذا المجال الذين يتمتعون بصوت أجش أو خشن، وهو ما يعطيهم بعض التميز، كما أنه ليس من المطلوب جمال الصورة، ولكن أن يخلو المذيع من عيوب خلقية واضحة، وعلى العكس فإن الملامح الحادة والبارزة تظهر بشكل أفضل على الشاشة.

وأخيراً، فإن الجهامة والصرامة ليست علامات على الجدية، كما أن كثرة الابتسام ليست علامة على خفة الدم، فالأساس هنا هو متطلبات الموقف نفسه وطبيعة الخبر إذا كان يدعو إلى الابتسام أو الجدية، بمعنى أن المذيع أو المذيعة يجب أن يتفاعل مع الخبر، وأن ينقل إحساسه إلى المشاهد، فهو في النهاية ليس آلة صماء لا تشعر ولا تنفعل.

- **المواد الثابتة:**

توضع بعض الصور الفوتوغرافية الثابتة أو الرسوم البيانية أو الخرائط في أحد الركنين العلويين للشاشة كعامل مساعد للخبر، كما أنه في الغالب يتم وضع هذه المواد الثابتة كعنصر جمالي لإعطاء شكل أفضل للشاشة.

وتلجأ معظم محطات التلفزيون إلى استخدام شرائح فيلمية تقوم الأقسام الفنية بإعدادها، كما تستخدم الصور الفوتوغرافية الثابتة التي توفرها وكالات الأنباء، على أن أكثر المواد الثابتة التي انتشر استخدامها بشكل واسع هي الكلمات أو الجمل التي تظهر إلكترونياً على الشاشة، ويرجع السبب في انتشار استخدامها إلى توفر مولد الحروف الإلكتروني Character Generator الذي يسرد عملية الكتابة على الشاشة، ويطلق عليه البعض لفظ الفونت، وهناك عدة طرق لعرض المواد الثابتة على الشاشة نلخصها فيما يلي:

- السوبر :Super imposition أبسط أنواع المواد الثابتة هي الكلمات التي تظهر إلكترونياً على الشاشة للتعريف باسم الشخصية أو المكان أو غيرها من المعلومات المتصلة بالصورة التي تعرضها الشاشة، كما تقوم معظم المحطات بإظهار اسم المذيع من آن لآخر أثناء النشرة، وكذلك تعريف المشاهد إذا كان التقرير المذاع حياً من مكان الحادث، أو إذا كان الفيلم قديماً من الأرشيف، ويطلق على هذه

الكلمات(Identifications ID's)، أي تعريفات، وهى في معظم الأحيان غير ضرورية، ويتم استخدامها لمجرد أن هناك جهازاً متوفراً يغري باستخدامها.

تسمى جميع التعريفات بالسوبر لأنها تركَّب إلكترونياً فوق الصورة الأصلية كما تسمى أيضاً بالثلث السفلى Lower Thirds حيث تظهر في الغالب في هذا الموقع من الشاشة، وقد درجت معظم المحطات على عرض عناوين الأخبار بهذه الطريقة أثناء عرض النشرة بحيث يستطيع المشاهد الذي تفوته بداية النشرة، أن يطلع على آخر المستجدات.

- الكروما :Chroma Keys تظهر المادة الثابتة أحياناً خلف المذيع وهى تملأ الشاشة بحيث يبدو كأن صورة واحدة تجمعهما، والواقع أن الطريقة التي تتبع في إظهارها بهذا الشكل على الشاشة تتم باستخدام وسائل إلكترونية مختلفة، تتمثل إحدى هذه الطرق في استخدام مفتاح الكروما، حيث تستخدم كاميرا غير حساسة لالتقاط لون معين، هو اللون الأزرق في العادة، لتصوير المذيع الذي يجلس أمام ستارة زرقاء، ولما كانت الكاميرا لا تلتقط هذا اللون، فإن المساحة تظهر خالية على الشاشة لتحتلها شريحة تحمل المادة الثابتة المراد عرضها في الخلفية، مثل منظر لأحد معالم المدينة.

وإذا لم يكن الاستديو مزوداً بمعدات الكروما فيمكن استخدام شاشة عرض سينمائي صغيرة تعرض عليها المواد الثابتة أو الأفلام بواسطة آلة عرض توضع في الناحية الخلفية للمذيع، وهى طريقة نادرة الاستخدام الآن، ولكن تعبير العرض الخلفي Rear Projection قد يستخدم للإشارة إلى ما يكون في الواقع مفتاح الكروما.

- الشاشة الكاملة :Full Screen يتم شغل الشاشة كلها أحياناً بمادة ثابتة قد تكون بورتريه لشخصية عامة أو صورة فوتوغرافية لحدث مهم، وقد تكون رسماً توضيحياً أو بيانياً، غير أنه يجب استخدام هذه الطريقة بحذر شديد، وعدم اللجوء إليها إلا إذا كان للصورة قيمة إخبارية خاصة، أما إذا كانت مجرد بورتريه، فليس من المستحب ملء الشاشة بها، ومن المستحسن عرضها في أحد الركنين العلويين لها، ويجب أن نتذكر أن خاصية التلفزيون الأولى هي نقل الحركة، وأن الحركة عكس السكون والجمود.

- **الأفلام:**

يسمى استخدام الفيديو في تسجيل الأخبار بالجمع الإلكتروني للأخبار، Electronic News Gathering ويتم التسجيل عادةً على شريط فيديو تيب كاسيت عرضه ثلاثة أرباع البوصة، على عكس أجهزة تسجيل الفيديو الموجودة في الاستديوهات، والتي تستخدم شرائط عالية الجودة عرضها بوصتان، وتتوقف جودة الصورة إلى حد كبير على عرض الشريط كما هو الحال بالنسبة لأجهزة الصوت، ولكن الأشرطة العريضة تحتاج إلى أجهزة أكبر حجماً وأثقل وزناً، وهى مسألة غير ممكنة في التسجيلات الخارجية إلا مع وجود عربة إذاعة خارجية، ولا يمكن في العمل الإخباري اللجوء إلى هذا الأسلوب لأنه يحتاج إلى عدد كبير من الفنيين وإجراء ترتيبات معقدة.

وقد أدى التطور التكنولوجي إلى تصميم كاميرات خفيفة الوزن إلى حد ما ذات جودة عالية، كما تحتاج إلى إضاءة أقل، وهي تنتج صورة قريبة من المعايير المأخوذ بها، وإذا كانت جودتها أقل قليلاً، فإن قيمة الفيلم تكمن أساساً في المضمون الذي يقدمه.

وهناك نوعيات متعددة من المواد الفيلمية التي تقدم من خلال نشرات الأخبار، لعل أبرزها التقارير المصورة التي يقدمها المندوبون والمراسلون من مكان الحدث.

كما أن هناك مقاطع فيلمية مكملة للخبر الذي يقرأه مذيع الاستديو، هذه الأنواع المختلفة يمكن أن تذاع حية على الهواء أو على شكل تسجيلات تم إعدادها قبل النشرة.

نهاية نشرات الأخبار:

تعتبر نهاية نشرات الأخبار في التلفزيون من اللحظات الهامة التي تستحوذ على الاهتمام الكبير للمشاهدين بأن يقدموا موجزاً مصوراً لأهم الأخبار التي تتناولها نشرة الأخبار قبل نهاية النشرة، وتعد النشرات الرياضية من أمتع الفقرات التي تقدم في نهاية نشرات الأخبار لما تتميز به من الحركة والسرعة والحيوية، كذلك يرى البعض أن الأخبار الخفيفة تعبير عن الأخبار الطريفة والشيقة التي تجذب انتباه المشاهدين.

والشكل النهائي الذي تظهر عليه النشرة الإخبارية يعبر عن مدى إبداع ومهنية المخرج وخبرته، لذلك فإن معظم المحطات التلفزيونية تحرص على أن يتولى تنفيذ نشراتها الإخبارية مخرجون مهرة ومحترفون، باعتبار أن النشرات الإخبارية تمثل فقرات هامة لدى معظم المحطات كتقارير المندوبين أو استخدام وسائل إيضاحية مرئية أو بالتعليق الصوتي للمادة الخبرية.



الخلاصة:

تتكون نشرة أخبار التلفزيون من مجموعة من القصص الإخبارية (News Story) التي أصبحت الشكل السائد للخدمات الإخبارية المصورة، تتخللها مجموعة من الأخبار القصيرة والمتفرقة والتي يتم ترتيبها بشكل متسلسل.

ويعتبر تنسيق الأخبار وترتيبها داخل نشرة أخبار التلفزيون بمثابة المفتاح الذي يكسبها فعالية وأهمية فائقة.

النشرة الإخبارية لها إيقاع وأسلوب وشخصية خاصة، وتبدأ نشرات الأخبار بالتلفزيون "بتتر" مصور مصحوب بلحن موسيقي مميز يهدف إلى تمييزها عن البرامج الأخرى، ويضيف إليها عنصر التشويق.

المراجع

1. المنصف العياري، وآخرون، المعالجة الخبرية التلفزيونية العربية بين المتطلبات المهنية والتوجهات السياسية، تونس، مجلة اتحاد الإذاعات العربية، العدد 58، 2006.
2. عبد الستار جواد، فن كتابة الأخبار، عمان، دار مجدلاوي، ط2، 2001.
3. ماجي الحلواني حسين، مقدمة في الفنون الإذاعية والسمع بصرية، القاهرة، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، 1999.
4. محمد العمر، إبراهيم زعير، الأخبار الإذاعية والتلفزيونية، دمشق، جامعة دمشق، مركز التعليم المفتوح، 2005/2004.
5. نصر الدين العياضي، النشرة التلفزيونية: رهانات التغيير، تونس، مجلة اتحاد الإذاعات العربية، العدد 4، 2009.
6. قبلان عبده قبلان حرب، اتجاهات المشاهدين نحو البرامج والخدمة الإخبارية في التلفزيون الأردني، رسالة ماجستير غير منشورة، عمان، جامعة الشرق الأوسط، 2008.
7. ايرفينغ فانغ، ترجمة أديب خضور، الأخبار الإذاعية والتلفزيونية- التحرير- التصوير- العرض - التقديم، 2009.
8. عبد الخالق عباس، إخراج النشرات والبرامج الإخبارية، تونس، مجلة اتحاد الإذاعات العربية، العدد 4، 2009.
9. سعيد السيد، سامي الشريف، الأخبار الإذاعية والتلفزيونية، القاهرة، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، 2005.
10. أ. بوريتسكي، ترجمة أديب خضور، الصحافة التلفزيونية، دمشق، المكتبة الإعلامية، ط2، 2009.
11. أديب خضور، كمال بديع الحاج، الكتابة للإذاعة والتلفزيون، دمشق، جامعة دمشق، مركز التعليم المفتوح.
12. مرعي مدكور، الصحافة الإخبارية، ط1، القاهرة، دار الشروق، 2002.
13. نسمة بطريق، عادل عبد الغفور، الكتابة للإذاعة والتلفزيون، القاهرة، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، 2005.

التمارين

حدد الإجابة الخطأ:

- **العوامل التي ساهمت في تطور النشرة التلفزيونية:**

A. العامل الجغرافي.

B. العامل السياسي.

C. العامل الاقتصادي.

D. العامل التقني.

الإجابة الصحيحة: العامل الجغرافي.

- **من الطرق الأساسية لتقديم الخبر التلفزيوني:**

A. صيغة القارئ.

B. صيغة التعليق على الشريط المصور.

C. صيغة الكاميرا.

D. صيغة الاستديو.

الإجابة الصحيحة: صيغة الكميرا.

- **أسس إخراج النشرات والبرامج الإخبارية التلفزيونية:**

A. إظهار الموضوع بوضوح.

B. إعداد تشكيل جيد وتقديم اللقطة في إطار جذاب.

C. ضرورة وجود تأثير دراماتيكي في اللقطة.

D. التناغم المستمر بين المعد والمخرج.

الإجابة الصحيحة: التناغم المستمر بين المعد والمخرج.

الوحدة التعليمية السادسة

نشرات الأخبار في الإذاعة

نشرات الأخبار في الإذاعة

مقدمة:

ارتبطت الأخبار وإذاعتها عن طريق الراديو، بنشأة وتطور هذه الوسيلة الإعلامية، منذ نشأتها واستخدامها حتى الآن.

وكانت أول إذاعة للأخبار بالراديو عام 1909 عندما فكر دكتور تشارلز ديفيد هارولد أوف سان جوزيه Dr.charles David Herrold of San jose بولاية كاليفورنيا، واهتدى إلى أن الراديو يمكنه أن يستخدم كوسيلة لإسماع أكبر عدد من الناس.

ويجمع كثير من المفكرين على أن المهمة الإخبارية للإذاعة تعد مهمة رئيسية بالدرجة الأولى، فإذا كان التلفزيون قد أخذ على عاتقه مهمة الترفيه كوظيفة أساسية فقد ترك للإذاعة مهمة الأخبار.

ونشرة الأخبار في الإذاعة، تقابل الأخبار المحلية والأجنبية، التي تنشرها الصحف، وأساس نشرة الأخبار هو الخبر، وإذا كان الناس يتوقعون من الإذاعة إمكانية تقديم الخبر فور حدوثه، ومن مكان حدوثه.

ولعل التاريخ الحقيقي لإذاعة الأخبار عن طريق الراديو، بالمعنى المفهوم لكلمة الأخبار كان في أغسطس 1920 عندما أذاعت محطة مدينة ديترويت Detroit News Station والتي يطلق عليها محطة (M.K8)، تقريراً عن نتائج الانتخابات الأولية في ولاية ميتشجان الأمريكية، وبعد أحد عشر أسبوعاً وبالتحديد في الثاني من نوفمبر 1920، قامت محطة بتسبورج Pittsburg والمسماة (K.D.K.A) بإذاعة نتائج انتخابات الرئاسة على الهواء مباشرة، وفوز (هاردنج كيكس Harding– Cox)، فكان هذا أول خبر يذاع على الهواء مباشرة من خلال الإذاعة ويستمع إليه الناس قبل أن يظهر في أي صحيفة من الصحف في ذلك الوقت.

وفي عام 1925 نقل الخطاب الذي ألقاه الرئيس (كوليدج Coolidge) عند توليه الرئاسة على الهواء مباشرة، وإذاعته 21 محطة من المحطات التي كانت تعمل في ذلك الوقت.

ومنذ عام 1920 بذلت جهود لتطوير الأخبار وتقديمها من خلال الإذاعة، فقد بدأ (بل سلوكم Bill Slocum في صحيفة (الهرالد تريبيون الأمريكية Herald Tribune) في إذاعة خمس عشرة دقيقة

لأخبار قصيرة كل يوم بانتظام، و(مواجيز) لقصص إخبارية من محطة W.J.Z والتي تسمى الآن W.A.B.C بمدينة نيويورك عام 1923، وفي نهاية تلك السنة بدأ أحد محرري الصحف من صحيفة بروكلين إيجل Brooklyn Eagle يعمل سلسلة من البرامج الإخبارية من محطة W.E.A.F والتي تسمى محطة W.N.B.C بنيويورك.

وقد تدعمت أهمية الأخبار من خلال الإذاعة ابتداء من عام 1938 عندما تهددت أوروبا بنشوب الحرب فيما بينها، وتطلع الناس لسماع هذه الأخبار فقفزت محطات الإذاعة إلى هذه الفرصة وأعطت مستميعها أخباراً فورية وتقارير إخبارية كاملة عن كل الأحداث في مناطق وقوعها وفور وقوعها.

وفي مارس 1940 زاد الاهتمام بأخبار الراديو مما جعل وكالة يونيتدبرس وأسوشيتد برس تتحد مع الوكالة العالمية للأنباء لتتم عملية بيع الأخبار للراديو ولأي محطة أخرى تريد هذه الأخبار، ومع بداية عام 1940 كانت 843 محطة إذاعة من 882 محطة تعمل في الولايات المتحدة تبث أخبارها على الهواء وتشترك في الخدمة الإخبارية لوكالات الأنباء الثلاثة بالإضافة إلى النشاط الإخباري المحلي.

ومع بداية الحرب العالمية الثانية عندما أعلن في الساعة الثانية والسادسة والعشرين دقيقة يوم الأحد السابع من ديسمبر 1941 نبأ هجوم اليابانيين على الأسطول الأمريكي في قاعدة بيرل هاربون، وقد ذهلت مدينة نيويورك وهي تستمع إلى النبأ، وقد أذيع هذا الخبر أثناء إذاعة الوصف التفصيلي لمباراة كرة قدم عندما قطع المذيع ليذيع النبأ.

وهكذا تطورت الأخبار من خلال الراديو وكان التطور يشمل الناحية الفنية بشقيها الفنية الإذاعة والفنية الهندسية لتغطى الأخبار جميع الأحداث، كما أن الحرب قد أعطت الراديو نوعاً جديداً من المسؤولية في الخدمة الإخبارية.

واهتمت الإذاعات بزيادة عدد نشراتها الإخبارية كل يوم، وأقبل الناس على الاستماع إلى الإذاعة وزاد جمهورها، لأن تلك الإذاعات من السهل عليها أن تمد مستمعيها بخلاصة للأنباء دون أن يبذل هؤلاء المستمعون أدنى مجهود، فإن الكثير من المستمعين يستمعون إلى الراديو أثناء قيامهم بأعمال أخرى وفي ذلك إلى حد ما توفير للوقت والجهد، وهو مالا يتسنى لقراءة الصحف وفي مقدور الإذاعة أن تعطي صورة صوتية سريعة وأنباء تسبق بها الصحف.

من كل هذا يتبين أن الأخبار في الإذاعة ارتبطت بنشأة واستخدام هذه الوسيلة الإعلامية وبدأت معها وتطورت مع تطورها خلال المراحل التي مرت بها.

حتى أصبح يطلق عليها الصحافة المسموعة، كما أن تاريخ الأخبار في الإذاعة هو تاريخ ما يعرف حالياً باسم الصحافة الإذاعية.

تتوافر للإذاعة الصوتية فرصة السبق الإخباري على وسائل الإعلام الأخرى، فالإرسال الإذاعي متصل على مدار اليوم، ومن خلاله يستطيع الإنسان الحصول على الأخبار في أسرع وقت ممكن إذا ما قارناه بوسائل الاتصال الأخرى مثل الصحف والتلفزيون.

فبمجرد أن يقع الخبر في أي بقعة من أنحاء العالم حتى يتم التعرف عليه ونقله في الحال سواء من خلال وكالات الأنباء العالمية أو من خلال أقسام الاستماع السياسي بالإذاعات المختلفة.

أولاً: لغة الإذاعة الصوتية وأسلوب كتابة الخبر:

تخاطب الإذاعة جماهير عريضة من الناس، متباينة في السن والطبقة والمكانة الاجتماعية والاقتصادية والثقافة والتعليم والاتجاهات المختلفة التي تتحكم في تكوين جمهور مستمعيها، والتحدث إلى جمهور المستمعين لن يكون له فائدة وفاعلية إلا إذا كان هذا التحدث بلغة يفهمها الجمهور، لذا على الإذاعة كوسيلة إعلام ألا تكون معزولة عن الإطار الاجتماعي والثقافي الذي تعمل فيه.

والفهم الدقيق الكامل للجمهور يشكل الأساس الأول في عملية الإعلام الإذاعي، فالرأي العام الذي يوجه إليه الإعلام الإخباري قد لا يكون رأياً عاماً واحداً بل عديداً من الآراء العامة، ومهمة الإذاعة هنا هي القيام بدور الوسيط لتوصيل الفكرة، فالمعرفة بصورة تتناسب مع طبيعة المستمع تتطلب أن تراعي الإذاعة مستمعيها وتخاطبهم بما يتفق وتقاليدهم ويحقق رغباتهم.

والأسلوب الإذاعي لا بد أن يراعي هذه الحقيقة، عند الجماهير وهذا الأسلوب يقتضي الجمل بسيطة التركيب سلسة اللغة مترابطة العبارات، وهذه السلاسة لا تعني الأسلوب الآلي الرتيب الساذج، والواقع أن أسلوب الإذاعة ولغتها قد اكتشفت قبل اكتشاف الإذاعة نفسها بوقت طويل، وهذه اللغة تقوم على القواعد المتوارثة التي تسعى الحصول على أكبر النتائج بأقل الوسائل، أي استخدام أقل عدد ممكن من الألفاظ للتعبير عن أكبر عدد ممكن من الأشياء مع مراعاة الوضوح والبساطة والاقتصاد والتأثير.

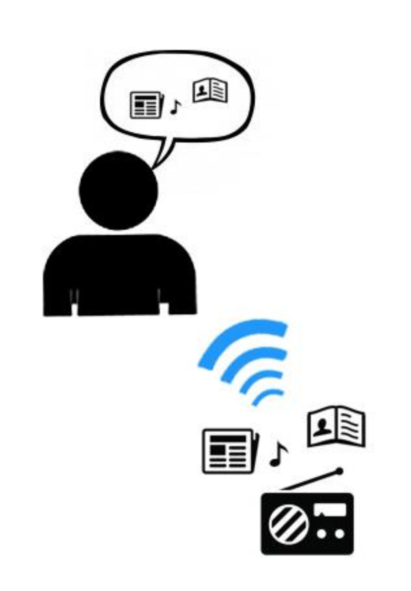
إن كل كلمة يجب أن تعبر عن شيء من الأشياء، وأن تستبعد الكلمات الغامضة والعبارات العامة التي لا تؤدي إلى معنى من المعاني، ويقتضي أسلوب التحدث إلى الملايين في مختلف الثقافات أن تستبدل بالكلمة الطويلة أخرى قصيرة، وبالغريبة مرادف شائع، وبالصعبة لفظ أبسط.

إن للإذاعة لغتها الخاصة التي لها أثرها في الارتفاع بالمستوى اللغوي بين كافة طبقات الجماهير التي تخاطبها، ولعل أكبر الأثر هو زيادة الثروة اللغوية بين طبقات هذه الجماهير وفي توحيد نطق المفردات وفي التقريب بين اللهجات، وقد خلقت الفصحى المبسطة محل العامية السائدة، ولغة التخاطب من خلال الإذاعة لا بد أن تتناسب مع المادة التي تعرضها الإذاعة ومع مستوى الجمهور المستقبل لهذه المادة، كما أن الوسيلة ذاتها لا بد وأن تكون في اعتبار من يتصدى للكتابة لهذه الوسيلة.

والمعروف أن سلاح الإذاعة هو الكلمة المسموعة لا المكتوبة، والإذاعة تساعد من خلال الكلمة المنطوقة على كلمة خاصة بها ترسب في الأذهان وتحقق ما يسمى باللهجة القومية، ولغة الإذاعة تتميز بأنها مقبولة ومفهومة، بسيطة وغير متكلفة وتحتم طبيعة الإذاعة أن تكون الكلمة المنطوقة من خلالها تتضمن في حد ذاتها كل العناصر اللازمة التي تجعلها واضحة ومفهومة، وكاتب الإذاعة عليه أن يضع في ذهنه أن هناك أعداد كبيرة يستمعون إليه، منهم الشباب والشيخ والمثقفين والأميين وأهل المدينة وأهل القرية، وهؤلاء هم مستمعوه وليس له هدف من مخاطبتهم إلا الاستحواذ على اهتمامهم بالكلمة، والكاتب الإذاعي الناجح لا يكفي أن يكون كاتباً ناجحاً، فعناصر البلاغة ومحسنات الأسلوب في الكتابة للإذاعة أبعد ما تكون عن أسلوب الإذاعة الذي يمتاز بالبساطة والدقة والوضوح.

إن طبيعة الإذاعة حتمت إيجاد فن جديد للكلمة المنطوقة وهو فن مخاطبة الجماهير بطريقة أساسها الألفة والبساطة واليسر.

<u>أسس الصياغة اللغوية للخبر الإذاعي:</u>





- الجمل القصيرة والبسيطة.
- يذكر الفاعل مع فعله سوية أذا أمكن.
- عدم استخدام الجمل المعقدة والكلمات النادرة.
- في الخبر الإذاعي الكلمات تكتب لكي تقرأ ولذلك لابد أن تكون سهلة النطق.
- استخدام أقل ما يمكن من الضمائر.
- حداثة الخبر الإذاعي.
- في الخبر الإذاعي تستخدم عبارة وصيغة قبل الاسم.
- لا تبدأ الجملة بمقتبس في الأخبار الإذاعية ولا يترك اسم المصدر في نهاية المقتبس.
- لا تبدأ الجملة بالإحصاءات وكثرة الأرقام.

قواعد صياغة الخبر الإذاعي:

إن تحقيق المحرر الإذاعي هدفه في إيصال الخبر الإذاعي إلى المستمع بأكبر قدر من السهولة والوضوح وأقل قدر من الجهد الذهني والفكري، يتطلب عدداً من الأسس والمعايير والوصايا تتعلق بالكلمات والجمل وصياغتها، ويتعلق بعضها الآخر بالأرقام، والبيانات، وكيفية التعامل معها، كما ينصب الآخر على الأفعال، والصفات، والأسماء والمقدمات،....إلخ.

وسوف نستعرض هذه القواعد على النحو التالي:

- استخدام لغة بسيطة، واضحة، متداولة محددة المعاني.
- استخدام الكلمات المختصرة ذات المقطع الواحد بدلاً من الكلمات المركبة.
- استخدام الجمل القصيرة التي لا تزيد كلماتها على حد معين حيث تريح المذيع في إلقاء الخبر، وألا يستغرق طول الخبر الإذاعي الواحد أكثر من دقيقة واحدة، ويفضل ألا يزيد زمن النشرة الإخبارية الواحدة على عشر دقائق.
- تضمين الجملة الواحدة فكرة واحدة.
- استخدام صيغة المضارع بدلاً من صيغة الماضي، واستخدام صيغة المبني للمعلوم بدلاً من المبني للمجهول.
- استعمال كلمات، وأفعال قوية تعطي للحدث دلالة قوية، مثل أكّد، صرّح، بدلاً من قال.
- الابتعاد عن استخدام الصور الأدبية، والتشبيه، والاستعارة.
- يراعى اختصار أسماء الأماكن، والأسماء الأجنبية، خصوصاً إذا كان الشخص، أو المكان معروفين.

- ذكر الألقاب قبل أسماء الأشخاص، وكتابة الأسماء الأجنبية باللغة العربية، كي يتمكن المذيع من قراءتها بشكل صحيح.

- يراعى عند ذكر أسماء مدن غير معروفة أن ننسبها إلى أماكن معروفة، كالمدن الكبرى والعواصم.

- التقليل قدر الإمكان من ذكر الأرقام، والإحصائيات، وهنالك حالات يجد المحرر نفسه مضطراً إلى استخدام الدقة في إيراد الرقم لتقديم الموازنة العامة، أو نتائج الامتحانات، أو الانتخابات.

- التقليل من ذكر المصطلحات العلمية المتخصصة غير المتداولة، وغير المفهومة.

- لا يجوز استعمال الأشعار، والحكم، والأمثال.

- مراعاة أن تركز المقدمة على أهم ما في الخبر، وأن تجيب على أهم الأسئلة الستة (من، ماذا، لماذا، أين، متى، كيف).

- يفضل ذكر مصدر الخبر في بدايته، لا في نهايته.

- ينبغي ألا يبدأ الخبر بشبه جملة، مثلاً كأن نبدأ الخبر فنقول: "احتجاجاً على قصف مدينة الفلوجة قام رجال الدين الشيعة باعتصام أمام المبنى الحكومي في بغداد "ومن الأفضل هنا كتابة الخبر بأن نقول: "اعتصام رجال الدين الشيعة أمام المبنى الحكومي في بغداد احتجاجاً على قصف مدينة الفلوجة".

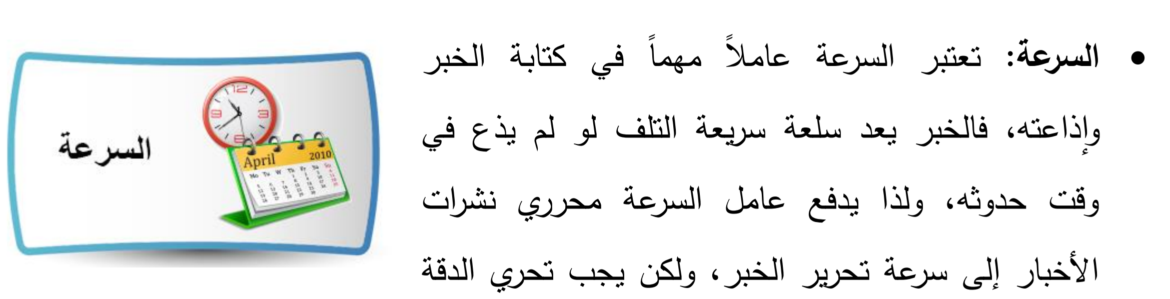
- استخدام الاستشهادات، والاقتباسات المهمة في مقدمة النشرة وأيضاً في مقدمة الخبر.

<u>العوامل المساعدة على تحقيق الهدف من الخبر:</u>

لكي تحقق الأخبار الهدف منها لابد وأن تتوافر في الخبر أربعة عوامل رئيسية هي:



- **الدقة:** لابدُ من مراعاة الدقة في كتابة الخبر الإذاعي، وذلك بالرجوع إلى أكثر من مصدر من مصادر الأخبار للتحقق من صحة الخبر، فضلاً عن مراعاة الدقة في كتابة الأرقام والأسماء والأحداث، ويأتي عدم الدقة في كتابة الخبر الإذاعي من الاستعجال أحياناً في إذاعة الخبر دون التحقق من صحته أو صحة الأرقام التي يحتويها الخبر أو صحة الأسماء في الخبر، وكلما كان الخبر أكثر دقة كان أكثر مصداقية.



- **السرعة:** تعتبر السرعة عاملاً مهماً في كتابة الخبر وإذاعته، فالخبر يعد سلعة سريعة التلف لو لم يذع في وقت حدوثه، ولذا يدفع عامل السرعة محرري نشرات الأخبار إلى سرعة تحرير الخبر، ولكن يجب تحري الدقة المطلوبة حتى لا يؤدي عامل السرعة إلى التخلي عن الدقة في تحرير الخبر.



- **الوضوح:** يعني الوضوح أن يكون الخبر واضحاً تماماً ليس به غموض، ولا يشتمل على كلمات أو معانٍ غير مفهومة بالنسبة للمستمع، وتقع مسؤولية وضوح الخبر على المحرر الذي ينبغي أن يفهمه في البداية حتى يستطيع أن يحرره إلى المستمع، ويجب على محرر الخبر أن يسأل نفسه أثناء تحريره ماذا يجب أن يعرفه المستمع؟ وإذا أجاب عن هذا السؤال يمكن بعد ذلك أن ينظم المحرر المادة الموجودة لديه ويحررها على شكل قصة خبرية.

وعلى محرر الأخبار أن يتذكر دائماً أن الهدف الرئيسي من تحرير الأخبار هو سرعة إذاعتها، ولذلك يجب أن يكون الخبر في صورته النهائية واضحاً ومحدداً ولا يشتمل على تفصيلات لا معنى لها، ويعد الوضوح من أهم عوامل نجاح الخبر، وبدونه يتعسر على المستمع فهم الخبر أو الأفكار التي يحتويها.

- **الموضوعية:** تعني أن ينقل الخبر كحقائق مجردة إلى المستمع بدون أن يشتمل على وجهة نظر أو رأي المحرر، فالمهم في الأخبار الإذاعية أن تنقل بموضوعية إلى المستمع بهدف إخباره بما يجري حوله، وليس بهدف التأثير عليه.



ثانياً: عناصر الخبر الإذاعي:

الخبر الإذاعي، سواء أكان بسيطاً أو طويلاً هو ما اجتمعت له عناصر الصدق والواقعية، والموضوعية، إنه الخبر الذي يحمل جديداً على شرط أن يسترعي انتباه كثير من المستمعين لارتباطه بأفكارهم ومصالحهم ومحيطهم الاجتماعي أو المهني، ولتحديد عناصر الخبر الصالح للإذاعة وتحديد قيمته، حاول رجال الإعلام أن يستعينوا بعدد من العناصر كأساس للاستدلال على قيمة الخبر الإذاعي، ومن أبرز هذه العناصر:

- **الصحة:**

يعتبر هذا العنصر من أهم صفات الخبر ذلك لأن الأخبار كثيراً ما ترد أو ترسل صحيحة، ولكن يتم بعد ذلك تعديلها وتغييرها حسب لون البلد نفسه، وهذا يؤدي إلى تلوين الخبر مما يؤدي إلى ضياع معالمه، ومن المبادئ الإعلامية أن الرأي حر، ولكن الوقائع مقدسة فإنه يجب ألا يعتريها تغيير أو تبديل، وأن يستخدم في تقديمها النزاهة.

- **الدقة:** وهي صفة مكملة للصحة، والدقة في إذاعة الخبر من الأمور البالغة الأهمية، فقد يكون الخبر صحيحاً، ولكن لم تراع الدقة في إذاعته بالطريقة التي تحافظ على صحته، فإن النتيجة الطبيعية لذلك إما سوء الفهم أو أن يفقد الخبر قيمته عند الإذاعة.

وعندما يتطرق الشك إلى المستمع في عدم دقة الخبر المذاع، أو إذا شعر بأنه معدل تعديلاً يفقده أهميته، حينئذ يفكر المستمع في إذاعة الخبر عبر إذاعة أخرى يبحث فيها عن الحقيقة، وتفقد الإذاعة مستمعيها.

- **الحالية:** ومعناها أن الأخبار ينبغي أن تكون ذات قيمة في الوقت الذي تذاع فيه الأخبار التي مضى عليها وقت طويل، وتصبح غير صالحة للإذاعة فالناحية الزمنية من أهم العناصر التي يوزن بها الخبر الإذاعي، فليس من المعقول أن يستمع المستمعون إلى الإذاعة بقولها (حدث أمس).

وهذا التخلف بطبيعة الحال من أهم العوامل التي تشعر المستمع بأن الإذاعة لا تجاري الأحداث.

- **القابلية للإذاعة:** ومعنى هذا العنصر أن يكون الخبر مستحقاً للإذاعة بالفعل، وهذا يتوقف على تجربة القائم على الأخبار في انتقاء الأخبار وسهولة إدراكه للتفرقة بين الخبر الذي يستحق الإذاعة والخبر الذي لا يستحق، واستحقاق إذاعة الخبر يتوقف على عوامل تتعلق بعدد المستمعين المستفيدين من إذاعته، وهذه بالتالي تختلف من مسؤول إلى آخر، ولكن يمكن القول أن تجربة المحرر هنا هي الأساس في تقييم الخبر، بمعنى أن يكون الخبر ذا أهمية للمجتمع، بصرف النظر عن نوع هذا المجتمع، ومع ذلك فليس كل خبر اكتملت له بعض العناصر المشوقة وفي مقدمتها أهميته بالنسبة للمجتمع قد يستحق الإذاعة مهما تكن الظروف، ذلك لأن الخبر الأكثر أهمية يطرد أمامه الأخبار التي تأتي في مرتبة أقل من الأهمية.

ولكن المتفق عليه اتفاقاً جماعياً هو أنه ليس هناك أهمية عامة مطلقة في كل الأخبار، ولكن أهميتها في الواقع نسبية.

لكن من المؤكد أن هناك نوعاً معيناً من الأخبار، إذا وقع كانت أهميته عامة ليس بالنسبة لسكان دول بالذات، بل لسكان العالم أجمع، مثل إطلاق أول قمر صناعي، وأول رجل فضاء والحروب العالمية، واكتشاف أسباب وعلاج السرطان ..... إلخ.

- **المكانية:** ويقصد بها مكان وقوع الحادث، فالإنسان ميال بطبيعته إلى معرفة ما يدور حوله وبالقرب منه أكثر من ميله إلى معرفة الأمور البعيدة عنه والتي قد لا تؤثر في حياته تأثيراً مباشراً.

ولذلك كان الاهتمام بالخبر، الذي يحدث في المكان الذي يعيش فيه المستمع من العناصر التي يضعها في اعتباره المسؤول عن الأخبار في الإذاعة.

والحقائق تؤكد أن الأخبار التي لا تتصل بحياة المستمعين اليومية لا تلاقي إقبالاً مثل الأخبار التي تتصل بحياتهم، على أنه لا يؤخذ هذا العنصر كأساس لإهمال الأخبار المثيرة للاهتمام المتصلة بالعالم الخارجي البعيدظن فيجب أن يؤخذ هذا العنصر بحذر من جانب رجال الأخبار، لأن أجزاء العالم أصبحت على اتصال فيما بينها، بعد أن أصبحت وسائل المواصلات والاتصالات والأقمار الصناعية من اليسر إلى درجة كبيرة، وأصبح العالم كله مصالح متشابكة رغم بعد "الشقة" فالعالم قرية صغيرة بفضل ثورة الاتصالات الحديثة.

- **مراكز اهتمام المستمعين:** لا شك أن مراكز الاهتمام لدى المستمعين تتأثر ببعض الأخبار أكثر مما تتأثر بغيرها.

وهذا عنصر هام من عناصر الخبر الإذاعي، فالأخبار التي تتناول شخصاً مرموقاً أو حدثاً من الأحداث المرتبطة بالأذهان أو مكاناً من الأمكنة ذات الأهمية في نظر المستمعين، يختلف بطبيعة الحال عن الأخبار التي تتناول أشخاصاً أو أحداثا أو أمكنة غير ذات أهمية.

- **الأسماء:** الأسماء تعتبر أنباء في حد ذاتها، هذه بديهة من بديهيات الأنباء ولكن القيمة الإخبارية لهذه الأسماء تتفاوت طبقاً للثروة والمكانة الاجتماعية والنجاح.

ولقد أصبح اسم الرئيس الأمريكي مصدراً إخبارياً كبيراً في كل أنحاء العالم، وكان لاسم روزفلت قوة وسحر في صفحات الجرائد.

وإذا ما وقعت حوادث تافهة للمشهورين من الرجال أو النساء أصبحت لهذه الحوادث قيمتها الإخبارية.

- **العدد والحجم:** الأعداد تزيد أو تنقص من القيمة الإخبارية للنبأ، فنبأ ارتطام قطار أو تحطيمه دون إصابة أي راكب من ركابه يعتبر نبأ عديم القيمة ولا يستحق أن يشغل حيزاً كبيراً من النشرة، أما اذا قتل في هذا التصادم عدد من الركاب ازدادت قيمة النبأ.

كذلك تزداد قيمة نبأ استعراض عسكري إذا شهد الاستعراض مثلاً ربع مليون شخص، بينما تقل قيمة النبأ إذا لم يشهد سوى العشرات من الناس.

ومن المهم ذكر مكان وقوع الحادث وذكر أسماء الأماكن خاصة إذا كانت أحياء معروفة فذلك يعطي للخبر حيوية ورونقاً .

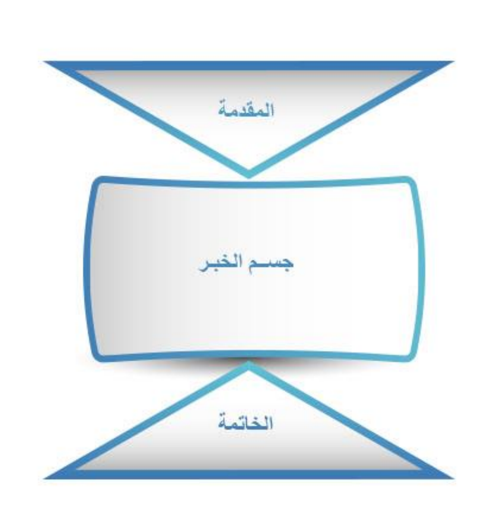
- **المالكية والممتلكات:** كثيراً ما تكون الممتلكات أنباء، ولكن هذا يعتمد على حالة المنطقة وتكوينها، فمثلاً نبأ إنشاء ناطحة سحاب في بلد ملئ بالناطحات لا يكون خبراً، أما إذا كانت الأولى من نوعها في مدينة كلها مبان صغيرة فهذا هو الخبر.

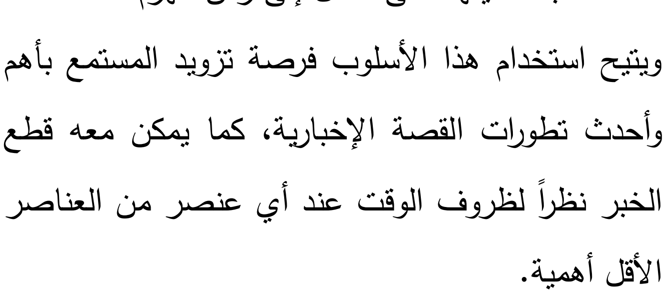
وفي الحالة الأولى من غير المهم وجود الخبر إلا إذا كان المبنى حظيرة مثلاً بنيت على هيئة ناطحة سحاب فهذا خبر شيق لأنه فريد من ناحية بناء الحظائر.

- **الوقت:** ومما يقرر أهمية النبأ وقت وقوع الحادث، فمطر غزير يسقط في الصيف في القاهرة يعتبر نبأ، ولا يعتبر سقوط المطر نبأ إذا وقع في الشتاء.
- **الفكاهة والتجديد:** إن أهم شيء للقارئ العادي الذي طالما تضايق من الأخبار الروتينية أو العادية أن نضع له خبر أو خبرين من الأخبار التي تضحكه أو تؤثر فيه من الناحية الإنسانية، والتجديد أو الناحية الإنسانية في سرد الأخبار ليست في الحادث نفسه ولكن عادةً ما تكون في طريقة سرد الخبر.

ثالثاً: كتابة الخبر الإذاعي:

- **الجملة الافتتاحية "المقدمة" Lead:** تستخدم الإذاعة في صياغة الأخبار أسلوب الهرم المقلوب Inverted Pyramid، ويعني هذا الأسلوب كتابة أكثر عناصر الخبر أهمية في البداية، ثم تتدرج العناصر الأخرى بعد ذلك حسب أهميتها حتى تصل إلى رأس الهرم.





ويتيح استخدام هذا الأسلوب فرصة تزويد المستمع بأهم وأحدث تطورات القصة الإخبارية، كما يمكن معه قطع الخبر نظراً لظروف الوقت عند أي عنصر من العناصر الأقل أهمية.

والمقدمة الجيدة هي مفتاح الخبر الجيد، ولأن الأخبار الإذاعية قصيرة جداً فمن الضروري أن تبدأ بداية سليمة نضمن معها جذب انتباه المستمع من أول جملة وإثارة فضوله لمتابعة الاستماع.

ومن هنا فيجب أن تحتوي مقدمة الخبر على أهم ما فيه، فالمقدمات الناجحة هي المقدمات القصيرة الجذابة التي تشد انتباه المستمع، وتبلغه بأهم ما حدث.

ويمكن أن نلخص أهم قواعد إعداد المقدمة الجيدة فيما يلي:

- التركيز: يجب أن تكون مقدمة الخبر موجزة ومركزة، وعادة ما تجيب المقدمة عن واحد أو اثنين من الأسئلة الأساسية التي يسعى الخبر للإجابة عنها، وهي: من- ماذا- متى- أين- لماذا- كيف.

  ويجب ألا تحمل المقدمة زوايا أو حقائق متعددة، بل يفضل أن تركز على زاوية أو حقيقة واحدة لتقود المستمع إلى قلب القصة الإخبارية.
- القصر: المقدمة الناجحة هي المقدمة القصيرة التي تقدم للمستمع أهم ما في الحدث في أقل عدد من الكلمات وعادة لا تزيد المقدمة على جملة أو جملتين قصيرتين.
- الحيوية: المقدمة هي مفتاح الخبر، والعامل الأول لجذب المستمع وشد انتباهه، لذا يجب أن تصاغ المقدمة بأسلوب رشيق يضمن لها حيوية وجاذبية حتى تحقق الغرض منها.

- **جسم الخبر The body**: ويقصد به القصة الإخبارية نفسها، وتحمل جمل الجسم تفاصيل القصة الإخبارية وتطوراتها، ويختلف طول جسم الخبر من خبر إلى آخر، فأحياناً يكون الوقت المخصص للجملة الافتتاحية أكبر من الوقت المخصص للجسم، ذلك إذا لم تكن هناك تفاصيل في الحدث.
- **الجملة الختامية**: وهي الجملة الختامية التي يختتم بها المحرر خبره الإذاعي، ويجب أن يراعي المحرر الاحتفاظ بالمستمع حتى نهاية الخبر، ومن ثم يبتكر المحررون صياغات متعددة للجملة الختامية للخبر لضمان ذلك، فيمكن أن تحتوي الجملة الختامية على معلومة جديدة لم ترد في المقدمة ولا في الجسم، أما إذا كانت القصة الإخبارية لم تكتمل بعد، فيمكن أن تصاغ الجملة الختامية بما يوحي بمتابعة كاملة للنشرة من جانب أولئك الذين يهتمون بالنبأ الأخير.

درجت معظم الإذاعات على صياغة أنباء الموجز بجمل اسمية، في حين تأتي تفاصيل الأنباء مبتدئة بجمل فعلية، وليس ثمة مبرر لهذا النهج، إلا أن الأذن العربية اعتادت عليه، وتلجأ بعض الإذاعات

عادة إلى تقديم موجز النشرة في نهايتها، وبنفس صياغته وترتيبه، وذلك لإحاطة المستمع بأهم ما جاء في النشرة من أنباء، ولإعلام المستمعين الذين لم يتابعوا النشرة منذ بدايتها بأهم ما جاء فيها من أنباء.

رابعاً: أنواع النشرات الإخبارية في الإذاعة المسموعة:

يمكننا أن نقسم النشرات الإخبارية في الإذاعة إلى عدة أنواع، وذلك بناءً على ثلاثة عوامل هي:

<u>تقسيم الأخبار من حيث المحتوى:</u>

ويقصد بذلك تقسيم نشرات الأخبار وفقاً لطبيعة ما تقدمه من أخبار، ونوعية المادة التي تحتوى عليها، ويمكن التفريق بين ثلاثة أنواع من النشرات:

من حيث المحتوى



- **نشرة الأخبار العامة:** وتكون هذه النشرة موجهة لأفراد المجتمع ككل، فتقدم مختلف أنواع الأخبار التي تلبي رغبات الجمهور واحتياجاته، وترضى أذواقه، ومن هنا تتسم هذه النشرات بالتنوع فهي تتضمن أخباراً محلية وأخرى عالمية، كما تتضمن أخباراً سياسية وعسكرية واقتصادية ورياضية، وتحرص مختلف الإذاعات على تقديم هذه النوعية من النشرات لأن الأصل في المادة الإخبارية أنها تخاطب كل قطاعات الجمهور، وليس صحيحاً ما يتصوره بعض القائمين على العمل الإخباري في بعض الإذاعات من أن الوظيفة الأولى والأهم لنشرات الأخبار هي تغطية الأخبار السياسية الجادة، فإن خبراً إنسانياً بسيطاً قد يحظى باهتمام لدى المستمعين أكثر من عشرات الأخبار السياسية التي تغطى أنشطة الساسة وتحركاتهم.
- **نشرة الأخبار المحلية:** ويعد تقديم هذه النوعية من النشرات تقليداً متبعاً في العديد من الإذاعات (وليست بالضرورة الإذاعات المحلية)، حيث تخصص بعض نشراتها للأخبار المحلية فقط، وتلقى هذه النوعية من النشرات قبولاً لدى الجماهير حيث تلبي احتياجاتهم لمعرفة الأحداث التي تدور في نطاقهم المحلى.
- **نشرات الأخبار المتخصصة:** وهى نشرات تقدم خدمات متخصصة لبعض قطاعات الجمهور، وهى تلبي احتياجات هذه القطاعات واهتماماتها مثل نشرات الأخبار الرياضية، ونشرات

الأخبار الاقتصادية، نشرات الأخبار الموجهة للمرأة، كما تخصص بعض الإذاعات نشرات إخبارية خاصة بالأطفال.

تقسيم الأخبار من حيث طريقة التقديم:



تعمد كل إذاعة إلى ابتكار أسلوب خاص بها عند تقديم نشراتها الإخبارية، ويخلق ذلك لكل إذاعة شخصيتها المتميزة، ويمكن أن نفرق بين نوعين من النشرات:

- **نشرات تقدم الأخبار مع ذكر موقع حدوثها:** وهنا تذكر الإذاعة مكان وقوع الحدث قبل إذاعة الخبر نفسه، كأن يقال: واشنطن....ثم الخبر، القاهرة ...... ثم الخبر، بيروت ...... ثم الخبر، وهنا لا يشترط أن تكون الأخبار مرتبطة.

ويضفى هذا الأسلوب حيوية أكبر على النشرة، كما يعطى تنبيهاً لأذهان المستمعين حتى يتابعوا الأخبار، ونجد مثل هذه النوعية من النشرات في إذاعات لندن، مونت كارلو، الشرق الأوسط.

- **نشرات تقدم الأخبار دون ذكر موقع حدوثها:** وتعمل بهذا الأسلوب معظم الإذاعات، حيث تذاع الأخبار تباعاً دون أن يسبقها ذكر مصدر أو مكان وقوعها، ويمكِّن هذا الشكل من الربط بين الأخبار المتجانسة، أو ردود الأفعال المختلفة التي تتعلق بخبر واحد.

تقسيم الأخبار من حيث وقت النشرة:



ويقصد بذلك اختلاف أنواع النشرات حسب الوقت الذي تستغرقه إذاعتها، ويمكن أن نقسم النشرات وفقاً لذلك إلى عدة أنواع:

- **نشرة الأخبار التفصيلية (المطولة):** وهى نشرة تقدم

عدداً أكبر من الأنباء التي تحوى بعض التفاصيل، ويتراوح طول هذه النشرة من عشر دقائق إلى خمس عشرة دقيقة ولا ينبغي أن يزيد على ذلك.

وفي هذا الإطار يمكن أن تحتوى النشرة على عشرة أنباء على أكثر تقدير، ذلك أن قدرة المستمع على التركيز والانتباه قدرة محدودة، أما ما درجت عليه بعض الإذاعات العربية من تقديم نشرات إخبارية تمتد أحياناً إلى نصف ساعة أو أكثر، فهو أمر لا يتصل بالعمل الإذاعي من قريب أو بعيد، إنما هو نوع من إهدار وقت الإذاعة والمستمع معاً.

- **موجز الأنباء:** نظراً لإيقاع الحياة السريع، والقدرة المحدودة لتركيز انتباه المستمعين، وسرعة تلاحق الأحداث المحلية والعالمية، فقد لجأت الإذاعات إلى ابتكار نشرات أنباء مختصرة تذاع على مدار اليوم لتحيط المستمع علماً بأهم وآخر تطورات الأحداث في شكل(سندوتش) خفيف وسريع الهضم، ويتراوح زمن موجز الأنباء من ثلاث إلى خمس دقائق، بحيث لا يزيد عدد الأنباء التي يقدمها على خمسة أنباء.

وتلجأ كثير من الإذاعات العالمية إلى تقديم موجز الأنباء في تمام الساعة طوال اليوم لتكفل تغطية فورية لمستجدات الأحداث، وهنا يجب التأكيد على أن المستمع ينتظر أخبارًا جديدة وتطورات هامة لأهم الأحداث مع كل موجز أنباء، وهو أمر تفتقده كثير من إذاعاتنا العربية إذ تستمع إلى نفس الأخبار وبنفس الترتيب على مدى اليوم في كل موجز تقدمه.

- **قطع البرامج:** يمكن أن نضيف (قطع البرامج) كنوع من أنواع النشرات الإخبارية مجازاً، فيحدث أحياناً أن توقف الإذاعة أحد برامجها أثناء إذاعته، ويعلن المذيع خبراً هاماً أو بياناً عاجلاً. ولا يستخدم هذا الأسلوب إلا في الحالات التي يكون فيها الخبر من الأهمية بحيث لا يمكن تأجيله للنشرة التالية.

خامساً: البناء الفني للنشرة الإخبارية:

أجزاء نشرة الأخبار:

تتكون نشرة الأخبار في أي محطة إذاعية من ثلاثة أجزاء:

- مقدمة النشرة: تعتبر الواجهة، أو المانشيت الرئيسي في الصحيفة، وتحوي المقدمة عرضاً لأهم ما يرد في النشرة مع الأخذ بعين الاعتبار أن معيار الأهمية يختلف من قناة إعلامية إلى أخرى.

  مواصفات المقدمة الجيدة في الخبر الإذاعي:

  - أن تعبر بصدق عما يرد في النشرة، وضرورة وجود اتساق تام بين عناوين النشرة، وما يرد فيها.
  - أن تصاغ بأسلوب بسيط واضح.
  - أن تتجنب الجمل الطويلة.
  - أن يشتمل كل عنوان فيها أغلب العناصر الأساسية للخبر.
  - أن يبدأ العنوان بالاسم لا بالفعل، وألا يحوي فعلاً مبنياً للمجهول، ويفضل استخدام الفعل المضارع.
  - ألا يحوي أرقاماً تشتت انتباه المستمع.

  أنواع مقدمات الخبر الإذاعي: يمكن أن تستخدم عدة مقدمات للبدء في كتابة الخبر الإذاعي:

  - المقدمة الخفيفة: وهي تصاغ بشكل تجذب أذن المستمع غير المتحمس، وهي تحتاج إلى التخيل، والإبداع، والابتكار.
  - المقدمة الجادة: تقدم المقدمة الجادة الأنباء فوراً دون تنبيه المستمع، والجانب السلبي في هذا النوع أنه لا يعطي وقتاً كبيراً للمستمع ليركز انتباهه، من الأفضل استخدامها في بداية موضوع الأخبار بعد الانتباه الذي تثيره افتتاحية النشرة، مثال: الوضع في الفلوجة يتجه إلى التصعيد بعد ليل طويل من القصف الأمريكي لقي ثلاثون شخصاً عراقياً مصرعهم، وجرح العشرات، عندما قصفت طائرة أباتشي الأمريكية حياً سكنياً

شعبياً في ضواحي الفلوجة/ تفيد التقارير الواردة أن هناك حصيلة يومية من القتلى العراقيين/ من مقر جامعة الدول العربية دعا الأمين العام للجامعة عمرو موسى القوات الأمريكية إلى الالتزام بواجباتها في المحافظة على الأمن كقوة احتلال.

  - المقدمات الساقطة: وهي الجمل التي يمكن الاستغناء عنها، لتبدأ المقدمة بالجمل التي تليها.
  - مقدمة المظلة: المقدمة المظلة، أو الشاملة، هي جملة، أو اثنتان تندرج تحتها قصة كاملة، أو عدة قصص.

- جسم النشرة: يحوي جسم النشرة النصوص الكاملة لأبناء النشرة التي تتم صياغتها بعد الحصول عليها من مصادر عديدة، كوكالات الأنباء، والمندوبين، والمراسلين، والوزارات و الهيئات، وغيرها، وتتم كتابة الخبر الإذاعي عادة بطريقة الهرم المقلوب باعتبارها الطريقة الأكثر ملاءمة، حيث يبدأ الخبر بأهم عنصر يليه العناصر المهمة، فالأقل أهمية.
- ملخص النشرة: وهو أهم ما ورد في النشرة من أنباء، وفي أغلب الأحوال، فإن ملخص النشرة هو نفس الموجز، فيما عدا صيغة الفعل الأساسي، حيث تأتي في صيغة الماضي.

سادساً:الإعداد النهائي للأخبار الإذاعية:

بعد صياغة القصص الإخبارية، تكتب على الآلة الطابعة مع مراعاة ما يلي:

- كتابة الخبر على وجه واحد من الصفحة مع ترك فراغ مناسب بين الأسطر مع ترك هامش على جوانب الصفحة الأربعة على أن يكون الورق أبيض وغير سميك بحيث لا يحدث قعقعة.
- كتابة الخبر في صورة فقرات كل منها تتناول جزئية معينة بواقع أربع فقرات في الصفحة الواحدة على أن تبدأ كل فقرة بسطر جديد ويتراوح عدد سطور الفقرة خمسة أسطر.
- ضع موضوعاً واحداً فقط في الصفحة الواحدة.
- تسمية الخبر: بمعنى أن يكون للخبر اسم يعرف به وهذا الاسم يؤخذ عادة من المضمون الذي يدور حوله الخبر (عاصفة – حريق – إضراب.. الخ)، ويكتب الاسم عادة إلى اليمين من أعلى الصفحة وإذا كان الخبر أكثر من صفحة يكتب الاسم على كل منها.
- استخدام صيغة الفعل المضارع لكي يوحي للمستمع بالحالية أو الحداثة.

- كتابة الأرقام من (1–9) بالحروف ومن (10–999) بالأرقام، أما البقية فتكون بالحروف وبين قوسين، وعند ذكر أسماء الشخصيات يكفي بذكر الاسم الأول واللقب فقط.
- يكتب اسم المحرر وتاريخ ووقت إذاعة النشرة في أعلى الصفحة.
- ترتيب أرقام صفحات النشرة أو الموجز ترتيباً سليماً ثم المراجعة النهائية للمادة الإخبارية صحفياً ولغوياً مراجعة شاملة.
- قراءة المادة الإخبارية قراءة مسبقة وثانية قبل تقديمها على الهواء للتأكد من سلامتها من حيث التحرير والتدرب على إلقائها بصورة سليمة.
- يبدأ التقديم بأن يجلس مقدم المادة الإخبارية في وضع مريح ومناسب أمام الميكروفون، بحيث تكون المسافة مناسبة وهذه المسافة يحددها مهندس الصوت الموجود في الأستوديو.
- الإلقاء الجيد يتمثل في التغلب على شعور الخوف ورفض التردد والارتباك، ويكون المتحدث إلى المستمع خلال الميكرفون بأسلوب المحادثة كي يشعر أن مقدم الأخبار يتحدث إليه مباشرة بطريقة تتخللها الصداقة والهدف والثقة.

سابعاً: تقديم نشرة الأخبار الإذاعية:

لا شك أن الانطباع الذي يتولد لدى الجمهور تجاه نشرة الأخبار يأتي من عنصرين أساسيين هما: الصياغة الجيدة، وميكانيكية التقديم.

ولعل أهم ما يميز نشرة الأخبار في الراديو هو ذلك الشعور الذي يتولد بين قارئ النشرة وجمهور، فالمستمع أو المشاهد يشعر وكأنه دعا المذيع إلى منزله، ومن هنا يجب أن يراعي المذيع آداب وقواعد الضيافة، بحيث يكون ضيفاً مقبولاً دون تكلف أو رسميات.

ويطلق اسم مذيع الأخبار Newscaster أو قارئ النشرة Newsreader على ذلك الشخص الذي يعمل في مجال تقديم الأخبار، ويؤدي مقدم النشرة دوراً مهماً وأساسياً في مدى نجاحها ومتابعة الجمهور لها أو انصرافه عنها، وهذا أمر طبيعي، فالعمل الإذاعي يحتاج إلى صفات ومقومات شخصية متعددة ينبغي توافرها فيمن يتصدى له، ولسنا بصدد التعرض لتلك الصفات والمقومات، ولكننا نقول إن مقدم نشرة الأخبار في الراديو يجب أن يتحلى بمجموعة من الخصائص التي يمكن إيجازها فيما يلي:

- **التعبير الصوتي الجيد:** يلعب الصوت وطريقة الأداء دوراً مهماً في إضفاء الحيوية على نشرة الأخبار، فإذا كان التعبير الصوتي جيداً فإنه يجعل النشرة ذات بريق خاص ويضفى عليها جاذبية خاصة، أما إذا كان غير هذا فقد يكون سبباً في فشل النشرة بصرف النظر عن قيمة ما تقدمه من أنباء، وقد يظن البعض أن "التعبير الصوتي" يعني جمال الصوت وحلاوته، وهذا غير صحيح، ذلك أن المذيع بصفة عامة لا يطلب منه أن يكون صوته جميلاً فهو ليس مطرباً، لكن المطلوب أن يكون الصوت معبراً.

والمادة الإخبارية لا يمكن نقلها إلى المستمع إلا من خلال الإلقاء الجيد واستخدام التعبيرات الصوتية ذات المعنى الملائم مع طريقة الأداء.

والتعبير الصوتي الجيد يؤدي إلى تيسير الفهم والاستيعاب الصحيحين للجمهور، ويتحقق ذلك إذا راعى مقدم النشرة معدل سرعة الإلقاء وتوضيح مخارج الحروف والفصل بين الجمل.

وينبغي أن نؤكد على ضرورة أن تكون تعبيرات الصوت مطابقة لما يتضمنه الخبر من معانٍ، لأن عدم المطابقة قد يثير الاشمئزاز والنفور من جانب المستمع.

- **البساطة والوضوح:** إن أولى مسؤوليات المذيع نحو جمهوره هو أن يعلمه، وحتى يؤدي المذيع هذا الدور يجب أن يكون موضوعياً وصادقاً وأميناً ودقيقاً.

وتحتم كل هذه الصفات أن تكون البساطة والوضوح من أكثر ما يحرص عليه قارئ النشرة، فجمهور نشرة الأخبار جمهور متنوع الثقافة والمستوى التعليمي، ومقدم النشرة يستهدف أن يصل إلى كل قطاعات مستمعيه، لذا يجب أن يكون واضحاً وبسيطاً فلا يخطئ ولا يلحن، ونلاحظ أحياناً أن بعض قراء نشرات الأخبار يتصورون أنفسهم دائماً في حالة حرب، فيلقون الأخبار بطريقة عصبية متشنجة ظناً منهم أن هذا الأسلوب يعطي النشرة أهمية أكبر.

والواقع أن هذا الأسلوب أصبح مجالاً للسخرية والتهكم من جانب الجمهور، فالجدية لا تعنى أن يكون المذيع "متجهماً" طول الوقت، وطبيعة الأنباء التي تحتويها النشرة ليست بالضرورة تحمل الدمار والخراب للمستمعين بل إن فيها أنباء سارة وخفيفة ينتظرها الجمهور بشوق.

وإذا كانت الأخبار من النوع الجاد والخطير، فإن بساطة المذيع في تقديمها قد تؤدي إلى إراحة المستمع والتهدئة من ورعه بعض الشيء.

- **التآلف مع القصة الإخبارية:** لا تتولد عوامل الثقة من جانب الجمهور في المذيع إلا إذا أحس أن هذا المذيع يقدم له الجديد، وأنه مستوعب تماماً لكل ما يقول ويحس به، ويقول خبراء

الاتصال: "إن المعنى مالم يكن واضحاً في ذهن المذيع، أو أنه أخفق في نقله بفاعلية من خلال الكلمات التي ينطقها، فإنه لن يتمكن من نقل الأفكار إلى مستمعيه".

إذا لابدّ أن يكون مذيع النشرة متعايشاً مع ما فيها من أنباء، ومن الأفضل أن يكون هو محررها، أو أن يشارك في تحريرها، فقيام المذيع بتحرير النشرة يتيح له الإلمام بموضوعاتها، ومن ثم يكون قادراً على نقلها بطريقة مقنعة مادام قد استوعبها، ثم إن المذيع حينما يحرر الخبر فإنه سيكتبه بالطريقة التي تتناسب مع إلقائه وأدائه.

وإذا لم يكن مقدم النشرة هو محررها، فينبغي أن يطلع عليها قبل أن يدخل إلى الاستوديو وبفترة تتيح له قراءتها أكثر من مرة ومعايشة ما فيها من أخبار حتى يتجنب تلك الأخطاء الفادحة التي يقع فيها كثير من قراء النشرات في بعض الإذاعات العربية نتيجة لأنهم يتسلمون النشرة وهم أمام الميكروفون ويبدأون في قراءتها مباشرة.

ونشير هنا إلى ضرورة أن يبدي قراء النشرة اهتماماً بما يقرأون من أنباء فأحياناً نجد بعض قراء النشرات لا يعيرون اهتماماً لبعض الأخبار، أو يقرأون بطريقة أداء الواجب دون اكتراث.

- **فهم طبيعة التعامل مع الميكروفون:** الميكرفون هو الوسيلة الأساسية لنقل الصوت من داخل الأستوديو، وبعد تعرف المذيع على كيفية وأصول التعامل مع هذا الجهاز يصبح من بديهيات العمل الإذاعي.

ولما كانت النشرات الإخبارية من المواد الإذاعية القليلة جداً التي تنفذ على الهواء مباشرة، فإن الأخطاء التي قد يقع فيها مقدم النشرة تكون أخطاء قاتلة ولا يمكن تلافيها بسهولة.

وهناك تعليمات التي يجب مراعاتها من جانب مقدم النشرة:

- يجب أن يجلس المذيع في الوضع الذي يمكنه من رؤية مهندس الصوت في غرفة المراقبة، وقراءة النص والتحكم في الميكروفون وساعة التوقيت في آن واحد.
- على المذيع أن يلم بالإشارات المتفق عليها، والتي يتم التعامل بها داخل الاستوديو، وأن يكون متابعاً لمهندس الصوت أو مدير الاستوديو.
- على المذيع مراعاة أن أي حركة أو صوت يصدر أمامه سيجد طريقه إلى الميكروفون مباشرة، مما قد يحدث تشويشاً لدى الجمهور، لذا فعند تناول الأوراق أو تقليب الصفحات يجب أن يكون المذيع دقيقاً بحيث لا تسبب تلك الحركات أصواتاً تعيب النشرة.

- يجب أن ينظم المذيع عملية التنفس أثناء قراءة النشرة، فلا يفتح فمه بطريقة تظهر انفراج الشفتين المنطبقتين في كل مرة يبدأ فيها الكلام، لأن هذا الصوت يعيب المذيع.
- يجب أن يلاحظ مقدم النشرة باستمرار ساعة التوقيت الموجودة في الاستوديو حتى لا يفاجأ بانتهاء وقت النشرة دون أن يدري.
- أحياناً يتلقى مقدم النشرة وهو على الهواء بعض الأخبار الجديدة والمهمة ليقرأها ضمن النشرة، وهنا يجب أن يتعامل معها بثقة ودون ارتباك وأن يكون طبيعياً في إلقائها.

- **القبول الجماهيري:** مقدم النشرة شأنه شأن الآخرين من زملائه العاملين بالإذاعة، مهمتهم نقل وتوصيل المعلومات والأفكار والأحاسيس إلى المستمعين بأكبر قدر من الفعالية والتأثير.

الخلاصة

تتوافر للإذاعة الصوتية فرصة السبق الإخباري على وسائل الإعلام الأخرى، فالإرسال الإذاعي متصل على مدار اليوم، ومن خلاله يستطيع الإنسان الحصول على الأخبار في أسرع وقت ممكن إذا ما قارناه بوسائل الاتصال الأخرى مثل الصحف والتلفزيون.

بمجرد أن يقع الخبر في أي بقعة من أنحاء العالم حتى يتم التعرف عليه ونقله في التو والحال سواء من خلال وكالات الأنباء العالمية أو من خلال أقسام الاستماع السياسي بالإذاعات المختلفة.

المراجع

1. يوسف مرزوق، الخدمة الإخبارية في الإذاعة الصوتية- دراسة حول القائم بالأخبار، دراسة غير منشورة، 1986.
2. ماجي الحلواني حسين، مقدمة في الفنون الإذاعية والسمع بصرية، القاهرة، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، 1999.
3. ياسين طه موسى، الخبر الإذاعي أنواعه مصادره وكيفية صياغته دراسة نظرية، مجلة سر من رأى، العدد 26، ج1، تموز، 2011.
4. أديب خضور، كمال بديع الحاج، الكتابة للإذاعة والتلفزيون، دمشق، جامعة دمشق، مركز التعليم المفتوح.
5. سامي الشريف، أيمن منصور ندا، اللغة الإعلامية المفاهيم الأسس التطبيقات، القاهرة، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، 2004.

6. يوسف مرزوق، الخدمة الإخبارية في الإذاعة الصوتية- دراسة حول القائم بالأخبار، دراسة غير منشورة، 1986.
7. ماجي الحلواني حسين، مقدمة في الفنون الإذاعية والسمع بصرية، القاهرة، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، 1999.
8. ياسين طه موسى، الخبر الإذاعي أنواعه مصادره وكيفية صياغته دراسة نظرية، مجلة سر من رأى، العدد 26، ج1، تموز، 2011.
9. أديب خضور، كمال بديع الحاج، الكتابة للإذاعة والتلفزيون، دمشق، جامعة دمشق، مركز التعليم المفتوح.

سامي الشريف، أيمن منصور ندا، اللغة الإعلامية المفاهيم الأسس التطبيقات، القاهرة، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، 2004.

التمارين

حدد الإجابة الخطأ:

أسس الصياغة اللغوية للخبر الإذاعي:

A. الجمل القصيرة والبسيطة.

B. عدم استعمال الجمل المعقدة.

C. استخدام الضمائر في الإعداد.

D. حداثة الخبر الاذاعي

الإجابة الصحيحة استخدام الضمائر في الإعداد.

أجزاء نشرة الأخبار الإذاعية:

A. مقدمة النشرة.

B. عناوين النشرة.

C. جسم النشرة.

D. ملخص النشرة.

الإجابة الصحيحة: عناوين النشرة.

عناصر الخبر الإذاعي:

A. الصحة.

B. الدقة.

C. الانتشار.

D. المكانية.

الإجابة الصحيحة: الانتشار.

الوحدة التعليمية السابعة

موجز الأنباء/ التحليل الإخباري/ التعليق الإذاعي/ التقرير الإخباري

أولاً: موجز الأنباء:

نظراً لتباعد مواعيد النشرات الإخبارية وضرورة إمداد الجمهور بآخر الأخبار وتطوراتها، عمدت المحطات الإذاعية أو التلفزيونية إلى إذاعة مواجيز للأنباء خلال الفترات التي تخلو من النشرات الإخبارية.

وموجز الأنباء يتميز بالأخبار القصيرة والتي لا تزيد مدة إذاعتها في أغلب الأحوال عن ثلاث دقائق ويمكن أن يكون أقل، وقد تكتفي فقط بعناوين الأخبار في مدة لا تتجاوز دقيقة، وعند الضرورة وفي الظروف الطارئة والخاصة يمكن قطع إرسال المحطة الإذاعية أو التلفزيونية لإذاعة خبر هام أو تطوراته.

وبعض أخبار الموجز يمكن أن تكون ملخصاً لأهم أخبار نشرة سابقة أو قد تشملها نشرة أخبار لاحقة لإذاعة الموجز بسبب أهميتها.

ومذيع نشرات الأخبار يجب أن يتسم بالقدرة اللغوية والصوتية والثقافة العامة والقدرة على مواجهة أية أحداث طارئة، بالإضافة إلى الحس الخبري والسياسي والقدرة على التنبؤ والتوقع، خاصة وأنه يذيع مادة إذاعية على الهواء مباشرةً.

والموجز حسب تعريف "ياسين طه": هو عبارة عن مجموعة مختصرة من الأخبار تقدم عدة مرات على مدار وقت الإرسال الإذاعي في توقيت ثابت وتركز على آخر الأحداث.

<u>اللمحة الإخبارية:</u>



اللمحة الإخبارية (The Tease) عبارة عن جملة تستغرق حوالي عشر ثوان تشير إلى الخبر الذي سيقدم لاحقاً في نفس النشرة، وتستخدم اللمحة الإخبارية مسجلة أو بدون تسجيل.

تقرأ اللمحات الإخبارية في بداية النشرة وقبل الفاصل الإعلاني، ومن الواضح أن هدف اللمحة الإخبارية هو أن تثير انتباه المشاهد إلى الحد الذي يضمن متابعة المشاهد إلى ما بعد الفاصل ألإعلاني، ولكن ليس إلى درجة أن تقدم للمشاهد الكثير من المعلومات التي يمكن

أن تجعله يستغني عن مشاهدة الخبر، وهذا يعني في الغالب، ذكر موضوع الخبر، وطبيعة الموقف، دون كشف النتيجة.

وكقضية مرتبطة بالسياسة، فإن بعض المحطات اعترضت على استخدام أي لمحة إخبارية على أساس أخلاقي، يعني أن الأخبار بما فيها محن الناس ومصائبهم، سوف تستخدم كإغواء لحمل الناس على مشاهدة الإعلانات، ومهما يكن من أمر، فإن اللمحة الإخبارية مقبولة من جانب معظم المحطات.

الإشارة الإخبارية:



يشكل الترويج للأخبار جزءاً من عمل كاتب الأخبار، وتروج المحطات التلفزيونية بعض سلاسل التقارير الخاصة، والمواد الوثائقية الضخمة، وغيرها من الشؤون العامة والبرامج الإخبارية، ويرافق الشريط المصور أحياناً الإشارات الإخبارية (Promos)، والتي هي قراءات أو تعليقات على الأشرطة المصورة، يقرأها المذيع، وتكون غالباً في نهاية النشرة الإخبارية.

وفي حالة التقارير الخاصة والمواد الوثائقية الصغيرة والأعمال الوثائقية الضخمة، قد تنتج لها إعلانات منفصلة، تتضمن ظهور(Standup) المخبر أمام الكاميرا في المكان.

وهي إنتاج أكثر ثقلاً وكثافة من الإشارات الإخبارية المستخدمة مع القصص الإخبارية، لأنها تتضمن رسوم الغرافيك الإلكترونية والموسيقى وغيرها من العناصر، وتكلف بعض المحطات كتاب نصوص لإنجاز هذه المواد الترويجية، بدلاً من العاملين في غرفة الأخبار.

ثانياً: التحليل الإخباري:

مفهوم التحليل الإخباري:

تقدم بعض المحطات الإذاعية والتلفزيونية تحليلات منتظمة لبعض الأخبار المحلية أو الدولية المنتقاة بهدف تقديم معلومات إضافية للجمهور عن الخبر، ويجب أن تجيب القصة الإخبارية على بعض التساؤلات الهامة لكي تكتمل صياغتها مثل:

- ماذا حدث؟
- أين حدث؟
- متى حدث؟
- من الفاعل؟
- كيف حدث؟
- لماذا حدث؟

ويتضمن **التحليل** أغلب إجابات هذه الأسئلة خاصة وأنه يمكن الرجوع إلى الأرشيف الإذاعي أو إلى الخبراء والمسؤولين للإجابة عن هذه التساؤلات.

ويهدف التحليل الإخباري إلى تقديم معلومات موسعة وبشكل موضوعي محايد بهدف تثقيف المشاهد أو المستمع، ومدة التحليل في الراديو لا تزيد غالباً عن دقيقتين بعد نشرة الأخبار أو موجز الأنباء، بينما يمكن أن تزيد مدته في التلفزيون خاصة إذا صاحبه مادة فيلمية تعبر عنه.

ويتيح التحليل فرصة للنظر بعمق من زوايا مختلفة في موضوع إخباري أو قضية تهم القراء قد لا تكون واردة في الأخبار.

والفقرة الأولى يمكن أن تكون أكثر عمومية منها في القصة الإخبارية، لكن الأسلوب المطلوب الالتزام به هو نفسه: مصادر جيدة وتوازن وخلفية واقتباسات، وعلى عكس القصة الإخبارية ليس ضرورياً ذكر المصدر في الفقرتين الأوليتين، ولكن يتعين أن يوضح التحليل في بداياته من أين جاءت المعلومات.

ومن أساليب الدخول في كتابة تحليل معقد أن تجمع كل النقاط المهمة والخلفية والاقتباسات في مجموعات يتم ترقيمها تسلسلياً حسب وجهة النظر التي تدعمها كل منها، فهذا يسهل عرض الحالات بشكل منطقي والمقارنة بين النقاط ووجهات النظر المتعارضة.

فيما يلي مقتطفات من تحليلات إخبارية نشرتها رويترز:

- **موسكو:** تعهد الرئيس الروسي فلاديمير بوتين في أوضح بادرة يقوم بها لتحسين ثقة الأثرياء الجدد في روسيا، بمساعدتهم على إعادة مليارات الدولارات التي هربوها بشكل غير مشروع للخارج في التسعينيات.

  ولكن هل سيبتلع أغنياء روسيا الذين تفيد بعض التقديرات أنهم يملكون ما يزيد على 250 مليار دولار في حسابات مصرفية وأصول بالخارج الطعم الذي رماه بوتين؟

- **لندن:** يواجه رئيس الوزراء البريطاني توني بلير الذي أعيد انتخابه حديثاً احتمال أن يحبط تقلص أغلبيته بشدة جهوده الرامية للحصول على موافقة البرلمان على جدول أعماله واستكمال فترة ولايته الثالثة.

  فبعد أن هدأ الغبار يوم السبت إثر فوز بلير للمرة الثالثة على التوالي في إنجاز لم يسبق له مثيل لحزب العمال ،تحول الانتباه إلى سياسة الحزب التي ستعتمد على أغلبية 66 مقعداً فقط بعد أن كانت مستندة إلى أغلبية 161 مقعداً.

- **زنزبار:** تتصاعد التوترات السياسية بحدة في زنزبار قبيل الانتخابات المتوقع أن تختبر مدى صحة الصورة التي رسمتها تنزانيا بعناية باعتبارها بلدا ينعم بالاستقرار.

  فالمعارضون في الجزر المتمتعة بما يشبه الحكم الذاتي تعهدوا بأنهم لن يخدعوا لمرة ثالثة بعد أن اغتصبت منهم السلطة بالتحايل والقمع الدموي في انتخابات عامي 1995 و 2000.

فالتحليل الإخباري، هو تقرير يتضمن تقييمات محددة بشأن الحدث أساسها الربط التحليلي لمجمل الحقائق في إطار الحدث، وهذا النوع من التقارير الصحفية معقد للغاية ويستوجب من كاتبه مهارة ودراية واسعة بالتكنيك الصحفي، ذلك أن الحدود الفاصلة بين التقرير التحليلي والمقال أو حتى التعليق حدود ضيقة يجب عدم تجاوزها، فالصحفي هنا لا يغوص في تحليل الحقائق، وإنما يجمعها ويركبها بقالب وبأسلوب يجعلها تصف الواحدة الأخرى، تتفق أو تتناقص معها، تدعمها أو تشكك بها، كما أن

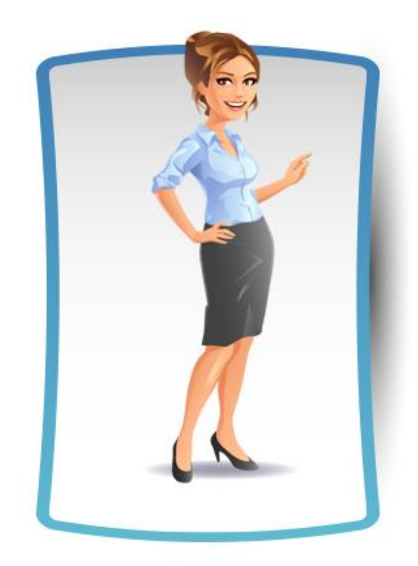
الصحفي في كتابته للتقرير التحليلي لا يقيم الحدث ولا يعلق عليه، وإنما يجعل الحقائق الواردة فيه والكيفية والمقام الذي وردت به بذاتها تعلق على الحدث وتشير إلى الإمكانيات المحتملة، بل وتقيمه.

ويخاطب التحليل الإخباري العقل والمنطق، وهو بذلك يحتاج إلى محرر ذي مقدرة تحليلية ودراسة كبيرة، حيث يجيب على السؤال: لماذا؟ ولكنه في نفس الوقت يجب ألا يغفل الإجابة عن كافة الأسئلة الأخرى، لكن الإجابة عن السؤال لماذا؟ هام جداً بالنسبة للتحليل الإخباري، ولهذا لا ينبغي البدء به بالإجابة عن هذا السؤال، وإنما يبدأ عادة بما يشبه المقدمة، ومن ثم تتوالى الحقائق والمعلومات التحليلية، على أن تشمل المقدمة إجابات وافية عن الأسئلة المتبقية، فغزارة معلوماته وتأديته لوظيفته تتكثف في وسطه.

ويتعلق التقرير التحليلي بالأحداث المركبة والصعبة الإدراك من قبل قطاع واسع من الجماهير ما لم تخضع للمعالجة التفصيلية، لكنها في الوقت ذاته أحداث لا تستحوذ على مقومات كتابة المقال، فهي أحداث متكاملة، يومية ومحدودة الجواب، لكن هذا لا يلغي حقيقة أن بعض الأحداث يمكن معالجتها بتقرير تحليلي، ولكن أيضاً يمكن معالجتها بمقال، على أن المعالجة التقريرية تختلف جذرياً عن المعالجة المقالية، ومنه قد يعالج التقرير حدثاً ما إخبارياً تحليلياً، بينما يعالجه المقال تقييماً تحليلياً، وبشكل عام، الأحداث التي تعالج بتقرير تحليلي هي أحداث أضيق وأكثر محدودية من تلك التي يعالجها المقال.

وتلجأ المحطات الإذاعية لتقديم تحليلات إخبارية تقوم بمهمة الشرح والتفسير للأخبار التي تشغل اهتمام الرأي العام، وتتناول التحليلات الإخبارية في مختلف الأنشطة والأحداث المحلية والعالمية.

<u>خصائص التحليل الإخباري:</u>



يتسم التحليل الإخباري بمجموعة من الخصائص يمكن ذكر أهمها:

- يعرض كاتب التحليل الآراء والاتجاهات بحياد وموضوعية.
- يقوم التحليل بوظيفة الشرح والتفسير بشكل جيد لجوانب الخبر.

- يعتمد التحليل بصفة أساسية على الخبر.

- يجب أن يتضمن التحليل الإخباري معلومات كافية حول موضوع الخبر، خاصة السؤالين (لماذا، كيف)، بالإضافة إلى الأسئلة الأخرى (من؟ ماذا؟ متى؟ أين؟).

- يقوم التحليل الإخباري بإيجاد مقابلة بين الخبر وغيره من الأخبار الأخرى المتعلقة بالموضوع نفسه، حتى يسهل على المستمع إجراء المقارنة والاستنتاج.

ثالثاً: التعليق الإذاعي:

يعتبر التعليق الإذاعي من أهم أشكال البرامج الإخبارية في الراديو، كما أنه يقدم أحياناً من خلال برامج مقابلات في التلفزيون.

والتعليق الإذاعي هو تعبير عن الرأي من خلال اختيار فكرة أو حدث هام بهدف التأثير على الجمهور وخلق رأي عام مؤيد لهذا الرأي.

وتختلف اتجاهات التعليق واختيار موضوعاته من نظام إعلامي إلى نظام آخر، فالتعليق قد يعبر فقط عن رأي كاتبه، أو المحطة الإذاعية التي تقدمه، أو عن رأي النظام الحاكم.

والتعليق الإذاعي في الإذاعة المصرية كان من أسبق برامج الرأي في الراديو، فقد ظهر خلال الحرب العالمية الثانية وكان يذاع عقب نشرة الأخبار المسائية، وتناوب على تقديمه آنذاك الدكتور طه حسين وعباس محمود العقاد وفؤاد صروف، والبرنامج العام يقدم تعليقه على الأنباء يومياً بعد نشرة الساعة الثانية والنصف بعد الظهر ولمدة 3 دقائق يومياً، كما تقدم خدمات إذاعية أخرى مثل صوت العرب والتعليق على الأنباء.

وليس شرطاً أن يكون التعليق على نبأ سياسي، فقد يتناول التعليق حدثاً اقتصادياً أو ثقافياً أو اجتماعياً أو حتى مرضياً.

وهيكل التعليق يجب أن يتضمن عرض الموضوع والرأي فيه وسرد الحقائق الخاصة به وإعطاء خلفية عامة عن هذه الحقائق وتلخيص الرأي المعلق وصولاً إلى نهاية التعليق.

أنواع التعليق:

التعليق السياسي:

يعتبر فن التعليق السياسي من الفنون التي تحتاج إلى مهارات فائقة في العمل الإعلامي، ويقابل فن التعليق الإذاعي فن المقال الافتتاحي في الصحافة، ويعد التعليق السياسي حديثاً إخبارياً مباشراً يكتبه أحد المختصين لإبداء رأي معين في قضية من القضايا.

خصائص التعليق السياسي:

- يتناول موضوعاً آنياً يشغل تفكير الناس واهتمامهم.
- يعمد التعليق الخلط بين، الخبر، والرأي، وبين التقرير والحكم عليه.
- يمكن استخدام نبرات صوت المذيع، للتأكيد على رأي معين، أو موقف معين.
- يعبر بالتعليق دائماً عن وجهة نظر الدولة والجهاز الإعلامي.
- يهدف التعليق إلى تشكيل أفكار ومواقف وآراء المستمع.
- يجب أن يرد الخبر موضوع التعليق في البداية، أو في مكان قريب منها.
- غالباً يهتم التعليق بالتركيز على الموضوعات السياسية.
- يجب إعادة التركيز على الفكرة الأساسية للتعليق في السطور الأخيرة منه، حتى تثبت الفكرة في ذهن المستمع.

التعليق الإذاعي على الأحداث:

أدت مقدرة الإذاعة على تقديم الحدث للمستمع في الوقت الحقيقي لحدوثه إلى ظهور المعلق المحترف professional commentator.

فالمعلق الرياضي ينقل إلى ملايين المستمعين صورة ملائمة لكل حركة في المباراة الرياضية، وطبعاً هناك أصوات مساعدة (هتافات الجمهور والصدى الذي يحدثه ضرب الكرة في بعض أنواع اللعب الرياضية) التي تعطي انطباعاً بالآنية، ولكن العبء الأكبر يقع على عاتق صوت المتحدث، وخاصةً في المناسبات الاحتفالية العامة (افتتاح البرلمان، زواج ملكي)، ويجب أن يستمر المعلق في الكلام، حول أي شيء.

والتعليقات الجيدة على الأحداث تتطلب استعداداً تفصيلياً كبيراً، ويجب أن يعرف المعلق جميع المعلومات المتعلقة بالحدث، الأمر الذي يساعده على استخدام هذه المعلومات في الدقائق الفارغة وحين يستأنف الحدث مساره، يعود إلى نقل الوقائع محاولاً حمل المستمع على أن يعيش تجربة حية، ولذلك من المهم أن يشارك المعلق في الحدث وأن ينقل استثارته بالمناسبة، ولكن يبقى مسيطراً على نفسه كي يكون دقيقاً وواضحاً.

وعبر السنين، توصل المعلقون إلى استخدام أسلوب أطلقوا عليه اسم "الطريقة الهرمية"، حيث يبدأ المعلق حديثه وهو على قمة الهرم، ويقدم قدراً من العناصر الأساسية للموقف، ثم وبالتدريج ومع استمرار النقل الإذاعي، يتوزع من خلال تقديمه المعلومات الأقل أهمية، ولكن ذات الصلة بموضوع الحدث.

وفي فترات الهدوء في مسار تطور الحدث، يستطيع المعلق أن يقدم ما يسمى "المادة التعليقية"، مثل تاريخ المناسبة، وأهمية الأزياء، وربما حدث شخصي ويجب أن يتذكر دائماً أن يعيد المعلومات الأساسية (مثل نتيجة المباراة) وذلك من أجل المستمعين الجدد الذين بدأوا للتو الاستماع.

رابعاً: التقرير الصحفي:

تشكل التقارير جانباً أساسياً من حياتنا، وترتبط بمساراتها وأنشطتها المختلفة والمتنوعة، بل ويأخذ المعنى أكثر من زاوية هامة، فما تكاد تذكر كلمة (التقرير) حتى يتضح أن في الأمر مسألة تحتاج إلى بحث وتدقيق، لأهميتها وخطورتها، وحيث نجد العديد من التقارير التي تضرب في مجالات ودروب ومسالك وطرق الحياة والأدب والفن والعلم والاجتماع المختلفة، ومن بينها على سبيل المثال لا الحصر:

- التقارير العلمية عن الكتب أو رسائل الحصول على الدرجات العلمية أو البحوث بأنواعها أو التجارب الجديدة.
- التقارير الطبية عن الحالة أو الحالات المعروضة أو الظاهرة الطبية.
- التقارير الفنية عن أسباب سقوط الطائرات أو اصطدام السيارات ويمكن أن نطلق عليها أيضاً تقارير هندسية.
- التقارير الفنية التي يكتبها المفتشون عن زياراتهم لمواقع التفتيش المختلفة التي تدخل ضمن مناطق اختصاصهم (المدارس- المستشفيات- المستشفيات- إلخ).
- التقارير الاقتصادية التي يقدمها الخبراء والمتخصصون عن الواقع الاقتصادي بعموميته أو بجزئياته وصوره المختلفة، أو تقارير البنوك التي تقدم خلال فترة معينة سنوية أو نصف سنوية.
- التقارير التي يكتبها رجال المرور بعد حادث مروري معين.
- التقارير الفنية التي يكتبها مهندسو الري عن حالة الفيضان والجسور خاصة قبل إنشاء السد العالي.
- التقرير الهندسي الذي تكتبه اللجنة المشكلة لبحث أسباب انهيار مدرسة أو عمارة كبيرة أو وقوع تصدع في مدينة سكني عمالية وما إلى ذلك كله.
- تقارير أجهزة الأمن عن نشاط أفراد من المشتبه فيهم، أو جماعات غامضة الاتجاهات أو مؤسسات أو شركات غير معروفة أو محددة النشاطات.

- التقرير الذي يقدمه مدير الكرة أو اللعبة أو المدرب عن المباريات وأحداثها إلى مجلس إدارة النادي أو اتحاد اللعبة، أو يقدمه مراقب المباراة بعد انتهائها أو يقدمه الحكم أيضاً.
- التقرير الذي يقدمه جهاز الأرصاد الجوية عن حالة الطقس ودرجات الحرارة والرياح والموج خلال فترة زمنية محددة قد تكون يومية.
- التقرير الذي يقدمه متخصصون عن تجربة زراعية جديدة.
- التقارير التي يقدمها الوزراء عن مشروعات جديدة أو بعد رحلات أو زيارات عمل أو رداً على الاستجوابات البرلمانية التي تتصل بمجالات الأعمال ووزاراتهم، أو التقرير الشهري عن أعمال الوزارة الذي يقدم إلى مجلس الوزراء كما يحدث في بعض البلاد.
- التقارير التموينية عن حالة السوق والسلع وتوافرها والمواد الضرورية للاستهلاك.
- التقرير العسكري الذي يقدم عن سلاح معين وكفاءة استخدامه وخصائصه وسلبياته و إيجابياته (طائرة جديدة- صاروخ- غواصة....إلخ).
- التقرير الذي يقدمه المتخصصون بعد وصولهم إلى كشف أثري جديد وهام.
- التقرير الذي تقدمه أطراف عديدة على أثر اكتشاف حادثة سرقة كبرى من داخل أحد المتاحف أو المناطق الأثرية، وغيرها من تقارير مشابهة أو مختلفة تقدم في مختلف الأوقات والظروف والأماكن.

<u>خصائص التقرير الصحفي:</u>



يورد الدروبي بعض خصائص التقرير الصحفي كالتالي:

- التقرير الصحفي يُكتب ليؤدي وظيفة إخبارية موسعة ومفصلة، ومن هنا يعتبر النوع والكم الإخباري الوارد في التقرير من أهم عناصره، ومن المستحسن جداً تجنب الجمل والكلام الذي لا يؤدي وظيفة معرفية إخبارية جديدة.
- يتصف التقرير الصحفي كونه شكلاً من أشكال الكتابة

الإخبارية بالجديد والسرعة والحضور والوضوح والدقة وبعدم استخدام الضمائر ما أمكن ذلك.

- تكمن قيمة التقرير الصحفي التحليلية أو التقديرية في إيراد الحقائق المتضاربة فيما بينها أو المدعمة الواحدة للأخرى.
- لابد للصحفي قبل كتابة التقرير من تحديد أهم الحقائق ما استطاع، ثم تكثيف الحقائق الأخرى بغية تفسير وتوضيح الأولى، وتعبر القدرة على هذا التحديد وهذا التكثيف التوضيحي عن المستوى المهني للصحفي.
- يجب على الصحفي الذي يكتب التقارير أن يتعلم كيف يسمع ويرى ويحفظ قبل أن يتعلم كيف يكتب.

نماذج وأشكال التقرير:

توقف الغرب منذ فترة طويلة عن الجدال حول التقرير، حيث تم الاتفاق على أن كل ما يتعلق ويرتبط بحدث، صوت، تسجيل وثائقي، يجب أن يعامل كأحد أشكال التقرير وكنوع صحفي.

وقد تم تحديد وتصنيف نماذج وأشكال التقرير، وفيما يلي أبرزها:

- التقرير الفوري (التغطية الفورية) في ذات المكان والتو واللحظة، وهو يقدم مباشرة على الهواء أو بأقل قدر ممكن من التأخير، وهو يعتبر الشكل الرئيسي والأرفع من أشكال التقرير، أو التغطية الإخبارية.
- رواية المخبر (بيانه – تقريره) التي يسجلها أمام الميكرفون بعد أن يعود من مسرح الحدث.
- الريبورتاج على شكل نقاش أو محادثة بين متحدثين أمام الميكرفون (حديث حر بدون نص مكتوب).
- الريبورتاج، الذي يكون على شكل حديث جماعي، مع عدد من الأشخاص الذين شاركوا في الحدث.
- الريبورتاج، الذي يأخذ شكل صورة وصفة أدبية، أو تكوين مركب (مزيج من نص مكتوب، وتسجيلات صوتية أخذت في مكان وقوع الحادث، وقد يحوي هذا المزيج شعراً وموسيقى).

- الريبورتاج المحاضرة، التي يلقيها اختصاصي خبير.
- الريبورتاج التعليق حيث يقدم الصحفي تعليقات محددة، يدعمها بتسجيلات صوتية.
- نقاش الطاولة المستديرة، (مع أحاديث صغيرة ومختصرة بمساعدة الكاميرا المتنقلة).

خامساً: التقرير الإخباري:

مفهوم التقرير الإخباري:

إن التقرير نوع تقليدي، تطور تاريخياً، وهو يحتل مكاناً مركزياً في الصحافة والإذاعة والتلفزيون، والتقرير نوع صحفي إخباري، مهمته نقل جوهر الحديث بسرعة وديناميكية، وبأقصى قدر ممكن في الواقعية، حيث يقدم المخبر دائماً معلومات مباشرة، ويقوم بدور الشاهد أو المشارك في الحدث ولهذا يمكن القول أن المخبر (كاتب التقرير Reporter) يمثل عين وأذن الجمهور.

ووفقا لماجي الحلواني فإن التقرير يشبه التحليل من حيث تناوله لأكبر كم من المعلومات، إلا أنه يتم غالباً من موقع الأحداث و يقوم المراسل أو المندوب الإذاعي بنقل صورة صوتية للحدث أو صورة تلفزيونية تتميز بالحالية و إثارة الاهتمام، ويمكن أن يتم المزج بين ما يرسله المندوب أو الفريق التلفزيوني من موقع الأحداث وأية مادة أرشيفية مكتوبة أو فيلمية أو صوتية .

ويعرف التقرير الإخباري بأنه نوع من الصحافة الإخبارية مستقل ومتميز يتوجه إلى ذهن وعواطف القارئ، ويتمتع بقدر من الموضوعية، لأنه يقدم الوقائع والمعلومات الآنية والجديدة ويضعها في سياقها العام، ويربطها بالقضايا الأساسية، كما يتمتع بقدر من الذاتية لأنه يقدم هذه الوقائع والمعلومات انطلاقاً من رؤية الصحفي لها كشاهد عيان ووسيط، ويُستخدم الوصف الحي والانطباعات الشخصية لتقديم هذه الوقائع ولوصف أماكن وأزمنة وظروف حدوثها والأشخاص الذين شاركوا في صنعها.

كما أنه هو الفن التحريري الذي يقدم في شكل موضوعي ومتوازن مجموعة من الوقائع والمعلومات والآراء حول حدث أو قضية أو شخصية من الشخصيات أو أكثر من عنصر من هذه العناصر، مع وجود دافع إخباري ويسمح لمحرره بالوصف أو التفسير أو فقرات التعليق والربط بين الأحداث والمواقف وردود الفعل، ويكون عادة مصحوباً بالصور الموضوعية أو الشخصية أو الرسوم التوضيحية أو البانية.

ويمثل التقرير الإخباري الاتجاه الجديد في الصحافة نحو التفسير من خلال تقديم معلومات عن خلفيات الحدث والظروف المحيطة به والأشخاص الذين اشتركوا فيه، حيث يعتمد التقرير على الجمع بين المادة الإخبارية الحديثة والمنظور التاريخي والرؤية التحليلية للكاتب.

وتتضح حاجة الجمهور إلى التقرير لمعرفة ما وراء الخبر والأسباب التي أدت إلى حدوثه ويجب على محرر التقرير أن يربط بين الحقائق التي يقدمها ويحللها، وأن يسير مع القارئ خطوة بخطوة، ولا بد أن يحافظ على خيط القصة متصلاً وغير مقطوع وواضحاً ومتسلسلاً، وألا يكتب عبارات عامة، وإنما يجب أن تكون عباراته محددة بشكل دقيق.

عناصر التقرير الإخباري:

- مقدمة عن الحدث.
- تعليقات على لسان الأشخاص المشتركين في الحدث.
- الوثائق المتاحة في موضوع التقرير.
- الأحداث الحالية.
- الأحداث الماضية (الخلفية).
- نتائج الحدث أو الخلاصة.

كما يقوم الأساس التحريري للتقرير الإخباري على متابعة الأحداث وتطوراتها بنفس تسلسل وقوعها مع معالجة لأهم الحقائق فيها.

خصائص التقرير الإخباري:

- يهتم التقرير الإخباري بالتركيز على الكيفية التي جرى بها الحدث، ويبرز الظروف التي أدت إلى وقوع الحدث وهو ما يمثل الجانب المعرفي للحدث.
- يركز التقرير الإخباري على التفاصيل الدقيقة التي تساعد القارئ على أن يعايش الحدث ويفهمه ويستوعبه.

- يقوم التقرير الإخباري على الوصف الحي للحدث، ولزمان ومكان حدوثه، والتقديم الحي والمباشر للأشخاص المشاركين والمعنيين بهذا الحدث ويفهمه ويستوعبه.

- التقرير الإخباري عبارة عن بناء متكامل ومترابط من الأجزاء، وله بناء داخلي منطقي، ويشكل التقرير وحدة متكاملة، بحيث يتعذر توضيح مضمونه دون أخذه ككل، أو وحدة متكاملة، الأمر الذي يجعل من المستحيل فهم التقرير إلا بشكل متكامل.

وعلى هذا الأساس نجد أن البناء الفني للتقرير الإخباري عادة ما يتكون من مقدمة هي بمثابة تمهيد للموضوع أو مدخل للحدث تتضمن واقعة أو موقفاً يشد انتباه القارئ ويهيئه للموضوع، ومن جسم أو متن رئيسي يتضمن جوهر التقرير وجوانبه الأساسية، ثم خاتمة تتضمن الاستنتاج أو التقويم العام.

وظائف التقرير الإخباري:

يقوم التقرير الإخباري بأداء عدد من الوظائف على النحو التالي:

- تقديم بيانات ومعلومات جديدة عن خبر أو حدث لا يستطيع الخبر الصحفي أن يوفيه حقه في النشر.

- إبراز زوايا جديدة أو جوانب عن حدث معروف.

- تقديم الخلفية التاريخية أو الخلفية الوثائقية للخبر أو الحدث الذي يتناوله التقرير، فمن شأن هذه الخلفية أن توضح الجوانب الغامضة أو غير المفهومة في الحدث.

- تقديم تقييم موضوعي لهذه البيانات سواء كان ذلك عن طريق الأحكام والاستنتاجات والتعميمات التي تدلي بها الشخصيات التي يستشهد بها كاتب التقرير أو تلك التي يتوصل إليها بنفسه.

سادساً: التقرير التلفزيوني:

رغم تشابه السمات المحددة والمميزة لهذا النوع في كل وسيلة إعلامية، فثمة فروق واضحة وعميقة تستدعي دراسة جدية نظرية وتطبيقية، وهذه الفروق تتعلق بهدف أو وظيفة النوع كوسيلة تعبير خاصة بكل وسيلة إعلامية، وبالطرائق والأساليب التي توضح الفروق الأساسية والجوهرية في عمل المخبر في الصحافة والإذاعة والتلفزيون، ويقوم التقرير الصحفي (التغطية الإخبارية) بالكامل على أساس القوة الرمزية والمنطقية للكلام المكتوب، أما التقرير الإذاعي (التغطية الإخبارية في الإذاعة) فإنه يقترب بشكل جذري من الواقع، ويعكس صور تطوره، بكل ما فيه من غنى وتنوع، ويمتد مجاله ويتسع من الصحفي الذي يراقب مباشرة القوى المحركة لحدث محدد، إلى نقل السمات المميزة والأساسية للحدث إنه يفتقر إلى جزء مكمل أساسي وهو خاصية الرؤية.

إن افتقار الصحيفة والإذاعة إلى خاصية الرؤية المادية، أرغمت المخبر على أن يقدم قبل كل شيء "الصورة الكلامية" للحدث، ولذلك فإن الوصف (الشرح) هو الوظيفة الرئيسية في عمل الصحافة والإذاعة.

والوضع مختلف تماماً في التلفزيون حيث غزت الكاميرات التلفزيونية المتحركة والمحمولة الحياة مباشرة، فالمخبر يرى الحياة ليس فقط من خلال عيني الصحفي، بل أيضاً من خلال عيني المشاهد اللذين وجنباً إلى جنب يمارسان تجربة المواجهة الأولى مع الحدث، وإن الكاميرات هي التي تقوم بوظيفة تقديم الشروح والمعلومات (صورة الحدث)، والصحفي يقوم بدور المعلق، الذي يحلل على الفور، فور وقوع الحدث والتطور الذاتي للحدث .

فمن المتعارف عليه أنه عند صياغة تقرير للبث عبر التلفزيون تعتمد الصورة ما أمكن ويستخدم الصوت ما لزم لتوضيح ما تعجز الصورة عن إيضاحه ولإيضاح الصورة ذاتها، فمن الواضح أن الصور المتحركة دون الصوت لا تقدم لنا فهماً واضحاً لما تعنيه هذه الصور.

وإن كان ثمة من مؤشرات تكنيكية أخرى لصناعة التقرير وإعداده للتلفزيون، فإنه يتقدمها أهمية التناغم والتناسق للمزج المونتاجي للصوت والصورة، بحيث لا تتقدم الواحدة عن الأخرى، بمعنى إظهار جزء من الحدث في حين يتحدث الصحفي عن جزء آخر سابق أو لاحق، كما أنه من غير المستحب استخدام الصور الثابتة في التقرير عبر التلفزيون، لكن أسوأ من هذا بالطبع ظهور الصحفي على الشاشة لفترات طويلة نسبياً، فكما ليس بالإمكان وليس من الأهمية بشيء إظهار الكاميرا التي تصور وقائع الحدث، يجب ألا يظهر العنصر الثاني أو صاحب الصوت إلا في ظل غياب أية مواد مصورة (رسوم بيانية، جداول، خرائط، صور شخصيات إلخ).

التقرير التلفزيوني الميداني:



تطلق على التقرير التلفزيوني الميداني التسمية الفرنسية الأصل "ريبورتاج" وهو تصوير حيّ لحدث ما، وهو يمثل أهم الأشكال الصحفية التلفزيونية لما يتميز به من حيوية ولقدرته على الوصف ونقل الأحداث بالصورة، مما يجعل المشاهد يعايش الحدث وكأنه يحضر تطوّراته ويواكبها، ويتضمن النقل أو التقرير الميداني نصاً للصحفي الناقل أو المخبر وشهادات لمن لهم علاقة مباشرة بموضوع التقرير الميداني، والتقرير هو الشكل الصحفي القادر على إيصال الفكرة بمدة زمنية قصيرة يختزل خلالها المراسل الحدث أو القصة الخبرية بشكل مركّز وبصورة متناسقة.

والريبورتاج التلفزيوني هو، حسب تعبير "هيرزن"، في معناه المباشر "الحياة في أشكال الحياة ذاتها"، هو مراقبة عمليات وتطورات الواقع من أصلها ومنشأها، وبتكويناتها وتطورها، بحيث تحمل الكاميرا إلى المشاهدين صورة الحاضر، وتخلق قوة تأثير الحضور الناجمة عن المشاركة في هذا التأثير، الذي يعبر عن نفسه بأقصى قدر من القوة والوضوح، وهذا ما لا تستطيع أن تحققهما أية وسيلة إعلام جماهيرية أخرى (وبأي معدل أو مقياس في مجال العواطف)، وهو الذي نسميه "قوة تأثير الحضور"، أو المشاركة والتي بدورها يجب أن ينظر إليها كإحدى السمات الأساسية للريبورتاج، كنوع تلفزيوني.

وباعتبار أن المدة قصيرة، فإن ذلك يتطلب مجهوداً إضافياً من قبل المراسل. ولعل التقرير الناجح هو الذي يجيب عن الأسئلة التي يطرحها المشاهد: ماذا حدث؟ ماهي التطورات الجديدة لما حدث؟ وماهي القضايا التي يجب فهمها للربط بين تلك التطورات؟ ولماذا يعتبر ما حدث مهماً؟ وما الذي يعنيني في ما حدث؟



الفرق بين التقرير الميداني والتقرير المكتبي:

ويختلف التقرير الميداني عن التقرير المكتبي عموماً في ثلاثة أمور:

- المراسل هو المسؤول الأول والأخير عن المعلومات الخبرية.
- المراسل هو المسؤول عن المادة المصورة ومدى تطابقها مع المنطوق.
- الكاميرا هي مسؤولية المراسل أكثر من كونها مسؤولية المصور، فعلى المراسل أن يحدّد ماذا يريد.

ومن المفروض مهنياً أن يكتب المراسل نص التعليق بعد أن يشاهد الصور المتاحة لأن الكتابة التلفزيونية هي كتابة للصورة، لكن الفرصة لا تتوفر دائماً للمراسل ويتم التركيب في غرف الأخبار، ففي بعض الأحيان يقتصر المراسل على تزويد المحطة التلفزيونية بصوته فقط ويتم إرفاقه بصور لم يشاهدها ولم يشرف على تركيبها.

على المراسل التمكّن من مهارة حوار الكاميرا باعتبار أن المراسل يظهر بصورته في التقرير (عادة في نهايته)، ووظيفة هذا الظهور إعطاء التقرير بعداً إنسانياً من حيث مخاطبة المراسل المشاهدين بنفسه من موقع الحدث، بما يسمح بقليل من التحليل وتقييم خلاصة الحدث.

ويمكن أن يكون التقرير الميداني موضوعاً محلياً أو دولياً وقد ينجزه مبعوث خاص أو مراسل أو صحفي منتدب من أسرة التحرير.

وهناك من يعتبر أن القناة التلفزيونية الناجحة هي تلك التي لها أكبر عدد من المراسلين وأن النشرات الإخبارية الموفقة هي التي تتضمن أكبر عدد من المراسلات الميدانية.

وتعدّ التقارير الميدانية أو المراسلات من أماكن الأحداث من أنجح أشكال تقديم الأخبار وتغطيتها.

الخلاصة

موجز الأنباء: هو عبارة عن مجموعة مختصرة من الأخبار وتقدم عدة مرات على مدار وقت الإرسال الإذاعي في توقيت ثابت وتركز على آخر الأحداث

أما التحليل الإخباري: فهو تقرير يتضمن تقييمات محددة بشأن الحدث أساسها الربط التحليلي لمجمل الحقائق في إطار الحدث, وهذا النوع من التقارير الصحفية معقد للغاية

والتعليق الإذاعي: هو تعبير عن الرأي من خلال اختيار فكرة أو حدث هام بهدف التأثير على الجمهور وخلق رأي عام مؤيد لهذا الرأي.

التقرير الإخباري هو نوع من الصحافة الإخبارية، وهو مستقل ومتميز يتوجه إلى ذهن وعواطف القارئ، ويتمتع بقدر من الموضوعية لأنه يقدم الوقائع والمعلومات الآنية والجديدة ويضعها في سياقها العام. ويمثل التقرير الإخباري الاتجاه الجديد في الصحافة نحو التفسير من خلال تقديم معلومات عن خلفيات الحدث والظروف المحيطة به والأشخاص الذين اشتركوا فيه، حيث يعتمد التقرير على الجمع بين المادة الإخبارية الحديثة والمنظور التاريخي والرؤية التحليلية للكاتب.

المراجع

1. ماجي الحلواني حسين، **مرجع سابق**، ص ص 159-60.

2. ياسين طه موسى، **مرجع سابق**، 2011.ص128.

3. ايرفينغ فانغ، ترجمة أديب خضور، **مرجع سابق**، ص 135.

4. **المرجع السابق نفسه**136.

5. ماجي الحلواني حسين، **مرجع سابق**، ص ص160-161.

6. مؤسسة رويترز الخيرية، **مرجع سابق**، 2006، ص39.

7. عبد الجواد سعيد، **فن الخبر الصحفي- دراسة نظرية وتطبيقية**، القاهرة، دار الفجر، ط1، 2005، ص ص 95-96.

8. أديب خضور، كمال بديع الحاج، **مرجع سابق**، ص ص 88- 93.

9. ماجي الحلواني حسين ، **مرجع سابق**، ص 161.

10. أديب خضور، كمال بديع الحاج، **مرجع سابق**، ص ص 88- 94.

11. ت. ي. هاردينغ، ترجمة أديب خضور، **الكتابة الإذاعية**، دمشق، **المكتبة الإعلامية**، 2006، ص ص74-75.

التمارين

اختر الإجابة الصحيحة لكل مما يلي:

أولاً: القصة الإخبارية يجب أن تجيب على:

A. ماذا حدث

B. أين حدث

C. متى حدث

D. مع من حدث

الإجابة الصحيحة D

ثانياً: خصائص التحليل الإخباري:

A. كتابة الآراء والاتجاهات بحيادية وموضوعية

B. الشرح والتعبير بشكل جيد لجوانب الخبر

C. يعتمد التحليل بشكل أساسي على الخبر

D. التعليق على الخبر بشكل مفصل

الإجابة الصحيحة D

ثالثاً: خصائص التعليق السياسي:

A. يتناول موضوعاً آنياً يشغل اهتمام الناس

B. تشكيل آراء ومواقف المستمع

C. يعتمد على شخصية إعلامية معروفة

D. يعبر عن وجهة نظر الدولة والجهة الإعلامية

الإجابة الصحيحة C

رابعاً: من نماذج وأشكال التقرير الصحفي:

A. التقرير (التغطية الفورية)
B. رواية المخبر التي يسجلها أمام المايكروفون
C. نقاش الطاولة المستديرة
D. التقرير الإيضاحي

الإجابة الصحيحة D

خامساً: عناصر التقرير الإخباري:

A. مقدمة عن البحث
B. الأحداث الحالية
C. فكرة عن الحدث
D. نتائج الحدث أو الخلاصة

الإجابة الصحيحةC

سادساً: وظائف التقرير الإخباري:

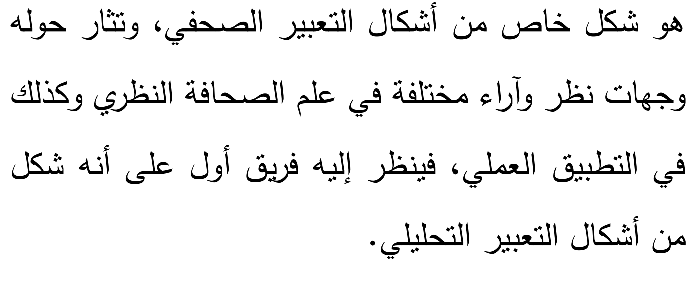
A. تقديم بيانات ومعلومات جديدة عن الحدث
B. إبراز زوايا جديدة عن حدث معروف
C. تقديم الخلفية التاريخية والوثائقية للحدث
D. إيجاد روابط مشتركة بين المرسل والمتلقي

الإجابة الصحيحةD

الوحدة التعليمية الثامنة

الريبورتاج والتحقيق الإذاعي والتلفزيوني

- ## أولاً: تعريف الريبورتاج:



هو شكل خاص من أشكال التعبير الصحفي، وتثار حوله وجهات نظر وآراء مختلفة في علم الصحافة النظري وكذلك في التطبيق العملي، فينظر إليه فريق أول على أنه شكل من أشكال التعبير التحليلي.



ويرى فريق ثاني أن الريبورتاج شكل تعبير إخباري.

ويذهب فريق ثالث إلى اعتباره شكلاً من أشكال التعبير الأدبي.

وفي الواقع، تعتمد وجهات النظر هذه وتستمد مبرراتها من أن الريبورتاج في حقيقته ما هو إلا مزيج من هذا كله، فهو يقوم على بعد تحليلي، وينطوي على بعد إخباري، ويكتب بأسلوب أدبي إبداعي.

ويطلق على الريبورتاج الإخباري "التحقيق الإخباري" ويختلف عن التحقيق التقليدي في تناوله العاجل والسريع لخبر هام ورد في إحدى النشرات أو المواجيز السابقة لتقديمه.

وتطلق كلمة ريبورتاج على نوع معين من المواد والبرامج الإذاعية، وقد ترجمها البعض إلى كلمة تحقيق، وهي تعني نقل الشيء من مكان إلى آخر، وعلى هذا أصبحت الكلمة تعني نقل الأحداث والوقائع، أو صياغة تقرير عن الواقعة، أو الحدث، ونقله من موقعه إلى المستمع، ولذلك يرى البعض أنه من الأصح أن يكون معنى الريبورتاج تقريراً إعلامياً، وهو وقائع ومجريات حول حدث مهم يتطلب مزيداً من التفاصيل في الموقع ويستدعي حيثيات وملابسات لا يحتويها الخبر.

والريبورتاج الإذاعي هو خبر موسع ومفصل، وهو يتفاعل على الأرض وبالتالي هو مكان بالدرجة الأولى.

والتقرير برنامج متعدد الجوانب حول موضوع واحد متكامل متعدد الأطراف يدور في فترة واحدة، يهدف إلى توصيل صورة صادقة إلى الجمهور المتلقي، ليشبع فضوله ويلبي رغباته في الاطلاع، حيث يقتنع بصحة وصدق الحوادث التي يسمعها.

ثانياً: الريبورتاج التلفزيوني:



يعتبر الريبورتاج أكثر تأثيراً ومصداقية واستمرارية في ذهنية الجماهير عندما يأتي عبر التلفزيون، فإذا كانت الصحيفة تضع إلى جانب النص صورة أو عدة صور، وإذا كان الراديو ينقل الأصوات المختلفة لعناصر الموضوع كما هي، فإن الريبورتاج التلفزيوني ينقل كامل الحدث أو الظاهرة وبيئته أو بيئتها.

إن الريبورتاج عبر التلفزيون يمكنه أن ينقل إلى الجماهير كل ما يراه الصحفي أو يسمعه بالصورة والصوت، أما دور الصحفي في حالة هذا الريبورتاج فإنها شبيهة إلى حد ما بدوره لدى إعداد ريبورتاج للصحيفة أو للراديو، فعلى عاتقه تقع عدة مهام.

والصورة وحدها لا تكفي لتوضيح الحدث، فالصورة تأتي من بين أشياء أخرى بمثابة تأكيد على المصداقية والأصالة، أما الصوت فإنه يوضح تلك الصور ويشير إلى العلاقات بينها وبين القيم التي تنم عنها، لكن الكاميرا لا تستطيع التقاط صور للعلاقات بين الظواهر والأحداث إلا فيما ندر، كما لا تستطيع التقاط صور لمحتويات العقل من قيم ومواقف وآراء، لكن الريبورتاج لا يكتمل إلا بالتعرض للقيم والمواقف والعلاقات بين الأشياء، بمعنى أن بنية الريبورتاج هي وحدة الأحداث والظواهر والعلاقات فيما بينها والقيم والمواقف بشأنها.

ونكون قد حققنا الهدف بربط هذه العناصر بانسجام، ووفقاً للمتطلبات الأساسية والعامة لصياغة الريبورتاج التلفزيوني.

وبالطبع، خصوصية وأسبقية تكنولوجيا التلفزيون لا تعفي الريبورتاج التلفزيوني من أي من مؤشرات ومتطلبات الريبورتاج، لكن الريبورتاج عبر التلفزيون "كتسوية" بين مقدرات الصورة ومقدرات الصوت،

هي تسوية أيضاً بين متطلبات الريبورتاج وبين الخصوصية التكنولوجية للتلفزيون، تلك التسوية التي تحافظ فيها الواحدة على الأخرى.

ثالثاً: الريبورتاج الإذاعي:

متطلبات الريبورتاج الإذاعي:

ينطبق كل ما ذكرناه سابقاً حول الريبورتاج سواء عبر الصحيفة أو الراديو أو التلفزيون، إلا أن الفوارق التكنولوجية لنقل الريبورتاج عبر هذه الوسائل واعتماد حواس مختلفة لتلقي رسائلها، يفرض على هذا الشكل من الكتابة الصحفية أيضاً بعض التعديلات عندما يكون مخصصاً للراديو، وكذلك للتلفزيون.

أما الريبورتاج المُعد للراديو، فإنه إضافة إلى ما ورد سابقاً يأخذ باعتبار ثلاث نقاط ويراعي متطلباتها.

- تمكن تكنولوجيا الرسائل عبر الراديو من تأمين عامل هام ومؤثر على العلاقة مابين المصدر والمتلقي، مابين الراديو والجمهور، وهذا ينطبق على الريبورتاج بشكل خاص.
- على الريبورتاج عبر الراديو الاستفادة إلى أقصى درجة ممكنة من الإمكانيات الهائلة لإدخال الأصوات الصادرة عن عناصر الحدث أو الظاهرة موضوع المعالجة إلى صيغته.

فالحوادث بين الأشخاص، أو بينهم وبين الصحفي، والأصوات الصادرة عن بيئة الحدث أو الظاهرة، وغيرها من الأصوات التي لها علاقة في وضع المستمع أمام الحدث أو الظاهرة، تدخل في الريبورتاج عبر الراديو كما هي دون أي تعديل باستثناء خضوعها لآلية الصحفي ومعاييره الانتقائية.

بهذا المعنى يأخذ الريبورتاج الإذاعي باعتباره المبدأ القائل بأن "القلم يجب ألا يسجل إلا ما يعجز جهاز التسجيل الإذاعي عن تسجيله، أو ما يعجز ذاك التسجيل عن إيضاحه".

ويمكن للريبورتاج الإذاعي أن يحتوي على مقطوعات معبرة عن موضوع الريبورتاج ومنسجمة معه، وهناك أيضاً من يرى الموسيقى شرطاً بين محتويات بعض الريبورتاجات، كريبورتاج الرحلات، والريبورتاجات التي تتعلق بالأفراح والعادات.. إلخ. ويعللون ذلك، بأنه كما لا نستطيع تحويل نص أدبي إلى دراما إذاعية بدون الموسيقى، لا يمكننا أن نعرض بعض أحداث وظواهر الواقع بشكل ريبورتاجي إذاعي مالم نستخدم الموسيقى.

ويرون دور الموسيقى في أنها تمثل خلفية أساسية لإثارة أحاسيس وعواطف المتلقي وضمان تفاعله الشعوري الانفعالي مع الحدث أو الظاهرة مادة الريبورتاج.

- تتعلق النقطة الأخيرة بمُقدم الريبورتاج، إذ أن ثمة متطلبات تسترعي الانتباه بخصوص الصوت والنبرات التي يُقدم بها الريبورتاج عبر الأمواج الإذاعية.

وبهذا الخصوص توجد عدة وجهات نظر تختلف في بعض النقاط لكنها تُجمع على قاعدة أساسية، وهي أنه لا بد من انسجام كامل بين طبيعة صوت مقدم الريبورتاج وبين طبيعة موضوعه.

فعلى سبيل المثال، لا نستطيع أن نقدم ريبورتاجاً حول وقائع حرب أو معركة بصوت شاعري دافئ، كما لا نستطيع أن نقدم ريبورتاجاً يتناول مأساة بصوت فرح يخرج عبر السمات، أو أن نقدم ريبورتاجاً حول أحداث سعيدة بصوت حزين، إلى جانب ضرورة الانسجام بين صوت مقدم الريبورتاج من ناحية وموضوعه من ناحية ثانية، هناك مطالب عديدة، مثل القراءة ببطء ما أمكن وبوضوح ودقة، لذلك تنتشر بكثرة ممارسات استخدام المذيعين أو حتى الممثلين لتقديم الريبورتاجات الإذاعية.

<u>خصائص الريبورتاج الإذاعي وميزاته:</u>

للتقرير الإذاعي مجموعة من الخصائص والمميزات تنبع من طبيعة الغرض الذي يهدف إليه، ومن آلية بنائه، ويمكن إيراد بعض خصائص ومميزات الريبورتاج:



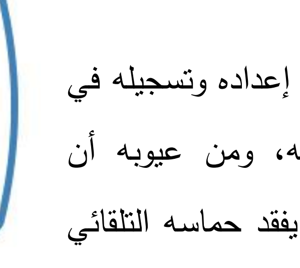
- الريبورتاج متنوع المصادر.
- ذو طابع معلوماتي بحث، بحيث تقدم في الريبورتاج معلومات فقط، أي لا تفسير ولا توضيح.
- يعرض بجوانب متعددة ليكون تقريراً، أو تحقيقاً موضوعياً متوازناً.
- الريبورتاج آني، لأن التحقيق يواكب الحدث وأحياناً يسبق الحدث.
- يأتي من موقع الحدث، وهذه الميزة تعطيه فعالية عالية، وتأثيراً كبيراً.

أنواع الريبورتاج الإذاعي:

إن تنوع وتعدد تعريفات الريبورتاج يشير إلى تنوع وتعدد أشكاله وأنواعه، ويمكن تقسيم الريبورتاج إلى عدد من الأنواع:



- **الريبورتاج الحي:** وهو الذي يقوم مباشرة في موقع الحدث أثناء وقوع الأحداث، ويرى بعض المختصين أن هذا النوع هو أهم أنواع الريبورتاج، لأنه يحدث تأثيراً مباشراً، وكبيراً على المتلقي.



- **ريبورتاج الاستديو:** هو الريبورتاج الذي يتم إعداده وتسجيله في الاستديو، بعد رجوع الإذاعي إلى محطته، ومن عيوبه أن الإذاعي يفقد انفعاله مع مكان الحدث كما يفقد حماسه التلقائي لمتابعة الحدث.



- **ريبورتاج الكلمة:** وهذا الريبورتاج يقوم على حديث، أو كلمة يدلي بها شخص، أو خبير يتم تسجيله في نفس مكان وجود الخبير.



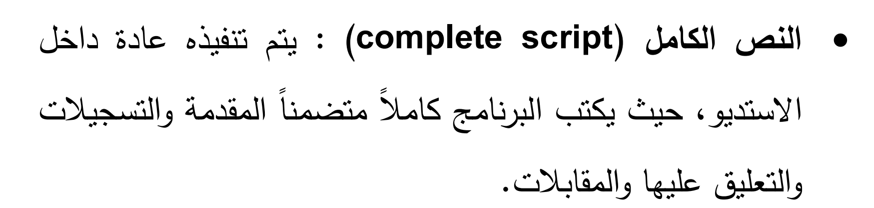
- **ريبورتاج التأليف الإذاعي:** وهو مزيج من عدة أشكال من الوثائق الصوتية مع نصوص وتعليقات تقدم بمصاحبة الموسيقى.



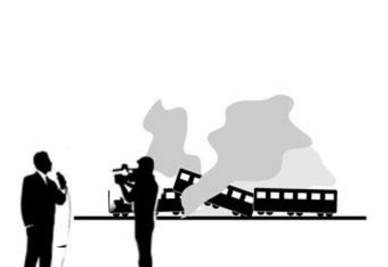
- **ريبورتاج المحاضرات:** هذا الريبورتاج يسجل المحاضرة، وما يدور حولها من مناقشات وأسئلة ونشاطات أخرى.

<u>إعداد وكتابة النص للريبورتاج الإذاعي:</u>

تختلف كتابة النص للريبورتاج حسب نوعه، وأسلوب تنفيذه والمواد التي يتضمنها، وهناك نوعان من النصوص يجري العمل بها عادة وهي:



- **النص الكامل (complete script)** : يتم تنفيذه عادة داخل الاستديو، حيث يكتب البرنامج كاملاً متضمناً المقدمة والتسجيلات والتعليق عليها والمقابلات.



- **النص غير الكامل:** ويستخدم عادة في حالة الريبورتاج الحي، حيث يكتفي مقدم الريبورتاج بتسجيل رؤوس أقلام للموضوعات، أو النقاط التي سيتناولها.

رابعاً: استخدام المؤثرات الصوتية والموسيقية:

تلعب المؤثرات الصوتية دوراً مهماً في الريبورتاج والبرامج الإخبارية وذلك لأنها تعمل على توضيح الحدث وزيادة الإقناع فيه مما تضفيه عليه من واقعية تؤكد للمستمع حقيقة المكان وما يجري فيه من أحداث، فضلاً عن التأثير النفسي القوي الذي يمكن أن تحققه هذه المؤثرات في بعض الأحيان.

فلا شك أن أصوات سيارات الإسعاف وسيارات إطفاء الحريق وسيارات الشرطة سرعان ما تثير الإحساس بالخوف أو الخطر أو التوتر لدى المشاهد، كذلك فإن صوت دقات الساعة أو جرس التليفون في لحظات التوتر النفسي وفي فترة الترقب وانتظار الأحداث الخطيرة قد يولد انطباعاً مؤثراً تعجز عنه أبلغ الكلمات.

ومع التسليم بأهمية المؤثرات الصوتية وبضرورة أن يكون لها مكانها الطبيعي في أي ريبورتاج، إلا أن ذلك لا يعني بأي حال من الأحوال الإسراف في استخدامها، وكلما كانت هذه المؤثرات طبيعية من مكان الحدث كانت أكبر إقناعاً وتأثيراً، والحذر من أن يكتشف المشاهد بذكائه أن هناك مؤثرات خارجية أضيفت إلى الحدث فيفقد الثقة في كل ما يشاهد.

أما الموسيقى فيمكن القول أن استخدامها في البرامج الوثائقية يتم في أضيق نطاق لأن الوثائق الصوتية تؤدي دوراً بارزاً في البرنامج الوثائقي إلى حد يجعل من الموسيقى شيئاً ثانوياً في معظم الأحيان.

خامساً: التحقيق:



مفهوم التحقيق:

تظهر الدلالة اللغوية لكلمة التحقيق على أنها تسعى إلى اليقين من الأمور، وإلى الوقوف على حقيقة الخبر، وهي الدلالة التي تشير إلى أن تعريب المصطلح Reportage بفن التحقيق الصحفي إنما هو تعريب يعود بهذا الفن إلى وظيفته الجوهرية في لغتنا العربية وفي اللغات الأوربية التي تستخدم هذا المصطلح للدلالة على الفن التحريري الذي يتناول خبراً أو قضية أو فكرة بنوع من الشرح والتحرير والتفضيل وسرد البيانات أو المعلومات والآراء ووجهات النظر المختلفة، للوصول إلى قرار أو حل أو رأي في القضية أو الموضوع المطروح.

وهكذا يغدو "التحقيق الصحفي" فناً من فنون الوصول إلى الحقائق حول موضوع من الموضوعات، وعرض هذه الحقائق على القارئ بالكلمة والصورة، ويعود مصطلح التحقيق أيضاً إلى مصطلح أساسي في التحرير، ونعني به مصطلح "التحقيق الصحفي" الذي يشير إلى وصف الأحداث الجارية بالتفصيل، وشرح تطوراتها، ونتائجها.

فالتحقيق الصحفي يقوم على خبر أو فكرة أو مشكلة أو قضية يلتقطها الصحفي من المجتمع الذي يعيش فيه، ثم يقوم بجمع مادة الموضوع بما تتضمن من بيانات أو معلومات أو آراء تتعلق به، ثم يزاوج بينها للوصول إلى الحل الذي يراه صالحًا لعلاج المشكلة أو القضية أو الفكرة التي يطرحها التحقيق الصحفي، بحيث يشرح ويفسر ويبحث في الأسباب والعوامل الاجتماعية، أو الاقتصادية، أو السياسية أو الفكرية التي تكمن وراء الخبر أو القضية أو المشكلة أو الفكرة أو الظاهرة التي يدور حولها التحقيق.

خطوات معالجة التحقيق الصحفي:

خطوات عملية التفكير:

يصور "ديوى" عناصر عملية التفكير، وما يحدث في كل خطوة من خطواتها، على النحو الذي يفيد منه الباحث كما يفيد منه المحقق الصحفي، وهذه الخطوات هي:

- شعور الفرد بموقف يصعب عليه الاستجابة له، مثل:
  - عدم القدرة على تحقيق هدف ما بالوسائل المعروفة للفرد أو حتى عن طريق تعديلها لتناسب الموقف الذي يواجهه.
  - عدم تمكن الفرد من التعرف على صفات أو خصائص شئ جديد بالنسبة له.
  - عدم القدرة على تفسير حادث أو ظاهرة غير متوقع حدوثها.
- تحديد الصعوبة التي تواجه الفرد في إطار عام على صورة مشكلة.
- وضع تفسير أو حل عن طريق التخمين أو استنتاج أو فرضيات أو نظرية مستمدة من خبرات الفرد السابقة.
- دعم الفكرة أو التفسير عن طريق جمع القرائن أو المعلومات التي تؤديها.
- الربط بين الفكرة أو التفسير والمعلومات أو القرائن التي حصل عليها في سبيل التأكد من صحة الفرض الذي وضعه كحل للموقف الذي يواجهه .
- يعتبر "كيلا" أن التأكد من الحل الذي وصلنا إليه قد نجح في حل المشكلة، يقود إلى خطوة أخرى تهدف دائماً إلى التطلع إلى مدى إمكانية تعميم هذا الحل وتقويمه في ضوء اعتبارات احتياجاتنا في المستقبل.

خطوات المنهج العلمي لعملية التفكير:

يبين "ميلتون فرتشيلد" ست خطوات للمنهج العلمي:

- جمع البيانات عن المشكلة أو في مجال ميدان يختاره الباحث أو المحقق الصحفي طبقاً لخطة موضوعة وعن طريق الملاحظة ووسائل أخرى دقيقة.
- تسجيل هذه البيانات والتأكد من صحتها، وملاحظة أن تتم عملية جمع البيانات داخل إطار محدد يخدم هدف البحث أو التحقيق.
- تصنيف وترتيب البيانات على أساس التشابه أو الاختلافات أو التباين أو الأساس أو الأسباب أو النتائج، ومحاولة التميز بين الصفات الأساسية الهامة والتي لها علاقة مباشرة وتخدم أهداف البحث أو التحقيق، والأخرى السطحية البعيدة عن التأثير على هذه الأهداف.
- التعميم لمحاولة استنباط مبادئ أو نظريات في صورة مبدئية، وتعتمد هذه الخطوة على خيال الباحث وقدرته على التصور ومعرفته بالمبادئ والنظريات التي لها علاقة مباشرة بمجال بحثه.
- التحقق من صحة النظرية وصلاحيتها عن طريق التجربة.
- وضع البيانات والنتائج في صورتها النهائية.

سادساً: التحقيق التلفزيوني:

هو الشكل الغائب في النشرات الإخبارية، باعتبار أنه من الأشكال التي تتطلب التعمّق في الحدث وأسبابه، فهو يجيب بالأساس عن أصعب سؤال صحفي وهو: لماذا؟

ونجد أن التحقيقات تبث في مجالات تلفزيونية أخرى مثل البرامج والمجلات الإخبارية، ويجمع التحقيق بين العديد من الأساليب الصحفية باعتماده تقنيات الاستجواب والريبورتاج.

والتحقيق يتعمق تحت مساحة ما هو ظاهر على سطح الأحداث ليكشف ما هو مخفي من حقائق، وذلك بالانتقال إلى مواقع الأحداث ومواجهة الناس والأماكن والعودة إلى المصادر التوثيقية.

ويتطلب إنجاز التحقيق مدة أطول من التي تتطلبها الأشكال الصحفية الأخرى، لذلك لا نجد التحقيق مطالباً باحترام عنصر الآنية الفورية.

فريق العمل في التحقيق التلفزيوني:

التحقيق التلفزيوني هو نوع صحفي مركّب ومعقد، ويحتاج إلى أقصر قدر من العمل المشترك ضمن فريق عمل متكامل، ويضم فريق العمل في التحقيقات التلفزيونية (التي تسمى غالباً Documentaries) في المحطات التلفزيونية الضخمة العناصر التالية:

- **منتج التحقيق:** هو القائد الفكري والفني للعمل بمجمله، هو الذي يضع مخططات العمل، ويختار أعضاء الفريق الصحفي والفني، وهو الذي يشرف على التنفيذ.
- **منتج مساعد:** يقوم بالأعمال الإنتاجية التنفيذية التي يكلفه بها المنتج الرئيسي.
- **باحث رئيسي:** وهو متخصص وغالباً ما يكون أكاديمياً في المجال الرئيسي لموضوع التحقيق.
- **باحث مساعد:** وهو متخصص في جانب معين أو فرع معين من فروع المجال الرئيسي لموضوع التحقيق.
- **محرر رئيسي:** وهو صحفي يتميز بكفاءة مهنية عالية وله تجربة غنية في تغطية المجال الذي يقع فيه موضوع التحقيق، وغالباً ما يكون أكثر من محرر رئيسي.
- **محرر مساعد:** يعمل بالتعاون مع المحرر الرئيسي، ويقوم بتنفيذ المهام الصحفية الجزئية التي يكلفه بها المحرر الرئيسي، وقد يتواجد أكثر من محرر مساعد.
- **مصور رئيسي: وهو** قائد عملية التصوير وصلته مباشرة بالمخرج والمنتج.
- **مصور مساعد:** يقوم بتنفيذ المهام التصويرية التي يكلفه بها المصور الرئيسي، وغالباً يتواجد أكثر من مصور مساعد.

- **المخرج:** يقود العمليات الفنية المتعلقة بإخراج العمل كاملاً، وذلك بالتنسيق والتفاهم مع المنتج، وهو شخصية أساسية ومركزية.
- **مخرج مساعد:** يكلف بتنفيذ المهام الإخراجية التفصيلية التي يكلفه بها المخرج الرئيسي، وغالباً يوجد أكثر من مخرج مساعد.
- **إداري:** مسؤول عن الجوانب الإدارية لفريق العمل وتنظيم علاقاته بالمحطة، وتسهيل مهامه في الدوائر المختلفة الرسمية والخاصة، التي تحتاج إليها عمليات إعداد التحقيق داخل القطر أو خارجه.
- **إداري مالي:** مسؤول عن الجوانب المالية المتعلقة بفريق العمل ومهامه وتغطية نفقاته وشراء مستلزماته، وهو يعمل بشكل وثيق مع المنتج، ويسهر على ضبط النفقات ضمن الميزانية المخصصة للتحقيق.

حالات استخدام التحقيق التلفزيوني:

- عندما نريد تقديم أوسع وأعمق وأشمل معالجة صحفية ممكنة لحدث أو قضية معقدة أو ظاهرة عامة تهم شرائح واسعة من المشاهدين، وكذلك عندما نريد تسليط الأضواء على موضوع أو مكان أو شخصية.
- عندما نريد التوجُّه أساساً إلى جمهور نوعي ومهتم ومعني بالحدث أو القضية أو الظاهرة، ولديه اهتمام قوي ودرجة تركيز عالية، ومستعد لأن يبذل جهداً ويخصص وقتاً لفهم الحدث أو الظاهرة أو القضية.
- حين نريد إبراز حدث أو قضية أو ظاهرة أو مشكلة أو موضوع أو مكان أو منطقة معينة أو حتى مجموعات بشرية أو مهنية معينة لا تحظى بالقدر الذي تستحقه من الاهتمام، أو تكون غير مفهومة على حقيقتها، أو يجري لأسباب مختلفة إهمالها وتجاهلها.
- حين نمتلك الإمكانات المادية والفنية، وحين نمتلك أيضاً الكادر الصحفي التلفزيوني الذي يتمتع بمهارات مهنية عالية.

سابعاً: التحقيق الإذاعي:

مفهوم التحقيق الإذاعي:

يعد التحقيق سيد الأشكال الإذاعية المختلفة، نظراً لأنه أكثر الأشكال الإذاعية قدرة على تناول المشكلات والقضايا المختلفة بدرجة كبيرة من العمق والتحليل، حيث يعالج المشكلات والقضايا من جوانبها وأبعادها المختلفة، كما يعتمد على عدد من الضيوف في الحلقة الواحدة للمساهمة في الإدلاء بالرأي والمعلومات بشأن الموضوعات التي يطرحها التحقيق الإذاعي.

مزايا التحقيق الإذاعي:

- الحيوية، حيث يعتمد التحقيق الإذاعي على التنويع في العناصر التي تشمل الأصوات والموسيقى والمؤثرات الصوتية، ونقل المستمع إلى موقع الحدث وإشعاره بالمشاركة في الحدث.
- القدرة على تقديم وجبة دسمة للمستمعين بشأن الموضوع أو القضية التي يطرحها في فترة زمنية وجيزة على أساس الاختصار في عرض جوانب الموضوع المختلفة.
- يتطرق التحقيق الإذاعي إلى الأسباب الموضوعية بشكل مكثف وموجز في آن واحد مع الوصف الدقيق لجميع عناصر الحدث.

أنواع التحقيق الإذاعي:

- **التحقيق الإذاعي الحي:**

ويعد أقدم أنواع التحقيقات الإذاعية وأكثرها تشويقاً للمستمع، ويتسم بصدق التعبير من خلال الصورة الصوتية التي ينقلها للمستمع من موقع الأحداث، كما يتسم هذا النوع بالتلقائية حيث يعتمد على أداء المذيع من موقع الحدث، ويعيب هذا النوع عدم القدرة على التحديد الدقيق لمدته الزمنية في إطار الالتزام بخريطة الإرسال الإذاعية، ويحتاج هذا النوع من التحقيقات الإذاعية إلى الإعداد الجيد وجمع المعلومات الجيدة عن الحدث محل التغطية، كما يحتاج إلى مذيع متمكن قادر على التفاعل مع الظروف المحيطة بالحدث.

- **التحقيق الإذاعي المسجل:**

يقدم هذا النوع من التحقيقات بعد إجراء عمليات المونتاج والتحكم في العناصر المختلفة وإدخال عناصر صوتية مثل: الموسيقى والمؤثرات الصوتية، بحيث يمكن تقديم التحقيق بشكل

يتسم بالجاذبية والتشويق، ويتميز هذا النوع بالقدرة على التحكم في المدة الزمنية للتحقيق الإذاعي، وتفعيل استخدام الموسيقى والمؤثرات الصوتية بشكل يخدم أغراض التحقيق الإذاعي.

الخلاصة:

الريبورتاج هو شكل خاص من أشكال التعبير الصحفي، ينظر إليه فريق أول على أنه شكل من أشكال التعبير التحليلية، ويرى فريق ثاني أن الريبورتاج شكل تعبير إخباري، ويذهب فريق ثالث إلى اعتباره شكلاً من أشكال التعبير الأدبي.

يطلق على الريبورتاج الإخباري "التحقيق الإخباري" ويختلف عن التحقيق التقليدي في تناوله العاجل والسريع لخبر هام ورد في إحدى النشرات أو المواجيز السابقة لتقديمه.

يقوم التحقيق الصحفي على خبر أو فكرة أو مشكلة أو قضية يلتقطها الصحفي من المجتمع الذي يعيش فيه، ثم يقوم بجمع مادة الموضوع بما تتضمن من بيانات أو معلومات أو آراء تتعلق به، ثم يزاوج بينها للوصول إلى الحل الذي يراه صالحاً لعلاج المشكلة أو القضية أو الفكرة التي يطرحها التحقيق الصحفي، بحيث يشرح ويفسر ويبحث في الأسباب والعوامل الاجتماعية، أو الاقتصادية، أو السياسية أو الفكرية التي تكمن وراء الخبر أو القضية أو المشكلة أو الفكرة أو الظاهرة التي يدور حولها التحقيق.

المراجع

1. محمد الدروبي، الصحافة والصحفي المعاصر، بيروت، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، ط1، 1996.

2. ماجي الحلواني حسين، مقدمة في الفنون الإذاعية والسمعبصرية، القاهرة، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، 1999.

3. أديب خضور، كمال بديع الحاج، الكتابة للإذاعة والتلفزيون، دمشق، جامعة دمشق، مركز التعليم المفتوح.

4. عبد الخالق عباس، إخراج النشرات والبرامج الاخبارية، تونس، مجلة اتحاد الإذاعات العربية، العدد 4، 2009.

5. عبد العزيز شرف، الأساليب الفنية في التحرير الصحفي، القاهرة، دار قباء للطباعة والنشر، 2000.

6. فاروق أبو زيد، فن الكتابة الصحفية، القاهرة ، 1985.

7. المنصف العيّاري، الأعمال الصحفية الميدانية في النشرات الإخبارية التلفزيونية العربية، تونس، مجلة اتحاد إذاعات الدول العربية، العدد4، 2009.

8. نسمة بطريق، عادل عبد الغفور، الكتابة للإذاعة والتلفزيون، القاهرة، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، 2005

التمارين

حدد الإجابة الخطأ:

خصائص الريبورتاج:

A. متنوع المصادر.
B. ذو طابع معلوماتي بحت.
C. آني.
D. ذو طابع فكري.

الإجابة الصحيحة: ذو طابع فكري.

أنواع الريبورتاجات:

A. حي.
B. الاستديو.
C. الكلمة.
D. الصوت.

الإجابة الصحيحة: الصوت.

خطورات معالجة التحقيق الصحفي:

A. شعور الفرد بموقف يصعب عليه الاستجابة له.
B. تحديد الصعوبة التي تواجه الفرد.
C. دعم الفكرة عن طريق جمع القرائن والمعلومات.
D. عدم وضع تفسير أو حل عن طريق التخمين.

الإجابة الصحيحة: عدم وضع تفسير أو حل عن طريق التخمين.

الوحدة التعليمية التاسعة

المقابلة الصحفية

أولاً: أنواع المقابلات الصحفية:

تصنيف المقابلات الصحفية:

خضعت المقابلة الصحفية لمعالجة واسعة ومثلت مادة لعدد كبير من الدراسات، وترافقاً مع هذا ظهرت تصنيفات متنوعة لها على أساس معايير استمدت مبررات قوية من أهمية هذا العنصر البنيوي أو ذاك في الشكل النهائي في المقابلة الصحفية.

التصنيف الأول:

انقسم المفكرون الأمريكيون فيما بينهم حول اعتماد معيارين، فرأى فريق منهم بطبيعة المُحدّث النوعية والكمية معياراً ممكناً للتصنيف، وبناء عليه توصلوا إلى خمسة أنواع للمقابلة الصحفية، وهي:

- المقابلة مع شخصية رسمية.
- المقابلة مع رجل اعتيادي.
- الاستبيان.
- الدائرة المستديرة.
- المؤتمر الصحفي.

التصنيف الثاني:

أكدت مجموعة أخرى من المفكرين الأمريكيين على أهمية المضامين والأهداف في المقابلة الصحفية أكثر من غيرها، ومنها اعتمدتها معياراً للتصنيف فلاحظت وجود:

- مقابلة صحفية إخبارية.
- مقابلة صحفية للتقييم والآراء.
- مقابلة صحفية وصفية.
- مقابلة صحفية تسلوية.

التصنيف الثالث:

قدم المفكرون الأوروبيون وجهات نظر مختلفة بشأن أنواع المقابلة الصحفية، فمن بينهم من رأى اعتماد المعيار الأول السابق، ومجموعة أخرى اعتمدت المعيار الثاني، ومجموعات أخرى اعتمدت معايير جديدة متنوعة، وقد لاحظ أستاذ الصحافة الشهير في جامعة ليوبليانا توم رتلين بأنه هناك مبررات كافية وأسساً قوية للحديث عن أنواع المقابلة الصحفية وفق خمسة معايير على أقل تقدير:

- **من حيث المحتوى هناك:** المقابلة الصحفية السياسية، الاقتصادية، الثقافية، الرياضية.. الخ.
- **من حيث كم المُحدث هناك:** المقابلة الصحفية مع شخص، وهناك المقابلة الصحفية مع عدة أشخاص.
- **من حيث الوسيلة هناك:** الشفهية المباشرة، الكتابية، وعن طريق الهاتف.
- **من حيث الهدف هناك:** إعلامية إخبارية، تقييمية، تسوية.
- **من حيث الإعداد هناك:** المبسطة وهناك المركبة.

أساليب المقابلة الصحفية:

- **الأسلوب التقليدي:**

وهو أسلوب يستخدم أكثر ما يستخدم بناء على طلب المُحدّث، كما أنه الأسلوب الوحيد الممكن في بعض أنواع المقابلات الصحفية، لكنه يستخدم أيضاً وبكثرة لدى إجراء المقابلات الصحفية مع الشخصيات الرسمية والمسؤولة المتبوئة مراكز اجتماعية حساسة، ويتلخص جوهر هذا الأسلوب باطلاع المُحدّث مسبقاً على الأسئلة المحددة التي سيتم طرحها عليه، وفي أحيان ليست قليلة قد يحصل الصحفي على الأجوبة مكتوبة (إذا كانت المقابلة مُعدة للصحف)، ذلك أن وجود الصحفي أو عدمه لن يؤثر كثيراً على المقابلة ما دامت الأسئلة حُددت وتم الاطلاع عليها من قبل المُحدث، فمهمة الصحفي في مثل هذه المقابلة هي إعادة طرح الأسئلة شفهياً بعد أن طرحها كتابة.

لكن الأسلوب التقليدي لإجراء المقابلة الصحفية يكتنفه الجمود وليس من مجال "للمناورة" مع المُحدّث، لذلك على الصحفي تجنبه ما أمكنه ذلك.

- **أسلوب المقابلة الصحفية الحواري:**

وهو على العكس من سابقه، لا يُطالب الصحفي بإطلاع المحّدث مسبقاً على الأسئلة التي سيتم طرحها عليه، لكنه، واعتماداً على المُحدث، غالباً جداً ما يقوم الصحفي بإطلاع المُحدث على الإطار العام أو النقاط الأساسية التي ستجري بشأنها وحولها المقابلة الصحفية، لكن من الخطأ الاعتقاد بأن أسلوب المقابلة الصحفية هذا لا يحتاج إلى إعداد كبير، لأن الصحفي هنا لا يستنبط الأسئلة مما يقوله المُحدث، بل من علاقة تلك الأقوال بالحقائق الأخرى المتعلقة بالموضوع ذاته، ومن انسجام أو تناقض أطراف هذه العلاقة، وهذا ما يصعب بلوغه دون دراسة معمقة ومتعددة الجوانب لموضوع المقابلة.

ويمكن أسلوب المقابلة الصحفية الحواري الصحفي من التصرف بالأجوبة من مدخلين: الانتقائي، والتعديلي إذا استطاع، وبخاصة إذا ما كانت المقابلة طويلة، فيقوم بانتقاء عدد من الأسئلة والأجوبة وفق أهميتها الإعلامية والموقفية والتقييمية ليضمنها في النص النهائي دون غيرها، كما يمكنه اختصار بعض الأجوبة وتعديل بعض الكلمات ولكن بحرص شديد وبما لا يتعارض أبداً أو ينتقص من جوهر الأجوبة ومضامينها، وبهذا الصدد، يطلب بعض المحدثين الاطلاع مرة أخرى على النص النهائي قبل نشره للتأكد من سلامة ما نقل عن ألسنتهم، ويستحسن من الصحفي أن يسأل محدثه عم إذا كان يريد التأكد من أقواله قبل نشرها، فهذا من آداب الصحافة ومن حقوق المحدثين.

مثل هذه الإمكانيات لا يقدمها الأسلوب التقليدي، فهو يؤدي إلى مقابلات أسئلتها محددة تماماً وأجوبتها كذلك وليس بوسع الصحفي إجراء تعديلات أو تدخلات عليها".

وترى (كارولين ديانا لويس) الأستاذ المشارك في معهد الصحافة بجامعة كولومبيا، أن هناك نوعان من المقابلات التي تجرى في التلفزيون:

- المقابلة الإخبارية: حيث يبحث المندوب عن إجابة مختصرة، مركزة في الصميم على سؤال أو سؤالين محددين، لهما صلة بواقعة معينة، ويمكن أن تعقد المقابلات الإخبارية في موقع الحدث أو المناسبة القائمة كما يمكن أن تعد سلفاً.

- المقابلة الخاصة بالجوانب الشخصية: حيث يسعى المندوب إلى كشف النقاب عن طبيعة وخلق وطراز الشخص الذي تدور معه المقابلة، ومن المحتمل أن تؤدي نتيجة ذلك إلى قصة أطول و أخف وأقل تقيداً بعنصر الزمن.

ثانياً:أساسيات إجراء المقابلة:

مراحل إجراء المقابلة:

تعتبر المقابلة جزءاً مهماً لا يمكن الاستغناء عنه في معظم أنواع الريبورتاج، نظراً إلى أنها شكل من أشكال الحوار بين الناس، وتكون المقابلة في مكان الحدث أو الاستديو، فهدفها واضح هو إطلاع المشاهد على آراء الخبراء والمتخصصين والمسؤولين في قضية محددة.

وإذا كانت المقابلة تتم في مكتب المسؤول أو المتخصص وكان المخرج يستخدم كاميرا واحدة لتسجيل المقابلة، فإن أسهل طريقة لتسجيلها وإسرعها وأقلها إرهاقاً للمسؤول وأجود فنياً هي المراحل التالية:



- يجلس المذيع في مواجهة المسؤول فترة الاتفاق على ما سيحدث، وتكون الكاميرا في ظهر المذيع ومواجهة لوجه المسؤول ليعطي المخرج تعليمات إلى المصور بدون صوت، ولمدة أكثر من دقيقة لا يظهر فيها المذيع وهو يتحدث بينما المسؤول ينصت وهو ساكت.



- إذا ما انتهى المذيع من عرض فكرته على المسؤول، تنتقل الكاميرا الفكرة إلى وضع (close up) على الضيف فقط ويبدأ

الحوار والتسجيل ولا تتحرك الكاميرا نهائياً طوال التسجيل وتبادل الحوار.




- عندما تنتهي المقابلة ويقوم الضيف وينصرف يتم تغيير مكان الكاميرا إلى مواجهة المذيع دون أن يغير المذيع من مكانه ويتم تسجيل المقدمة والأسئلة والختام في وضع (close up) للمذيع فقط.




- تبدأ عملية المونتاج بعد ذلك:
    - توضع مقدمة المذيع (close up).
    - توضع إجابات المسؤول.
    - توضع أسئلة المذيع في (close up).
    - تستكمل إجابات المسؤول.
    - يوضع ختام المذيع.
    - توضع اللقطة التي تم تصويرها قبل الحوار من ظهر المذيع بدلاً من صورة الضيف عند الأسئلة الاعتراضية التي يوجهها المذيع إلى الضيف ولم تكن معدة، وبذلك يخيل إلى المشاهد أنه استخدم ثلاث كاميرات لإجراء المقابلة وليست كاميرا واحدة.

النقاط الواجب مراعاتها عند إجراء المقابلات:

تورد كارولين مجموعة من الإجراءات والنقاط التي يجب أخذها بعين الاعتبار عند إجراء المقابلات:

- **ظروف المقابلة:** مهما تكن ظروف المقابلة فلا بد أن يكون المندوب حساساً لمشاعر من يتقابل معهم، ودوافعهم وحساسياتهم، والمهمة المثالية في هذا الشأن هو ما يكون في موقع الحدث المأساوي، حريق، حادث، أو جريمة قتل، وهنا تتحدث مع شهود عيان أو أفراد شملتهم



الكارثة، ومن بينهم تعرضوا للخسائر، وقبل أن تشرع في هذا العمل.. أفسح لنفسك بعض الوقت، حتى تستجمع أفكارك.

- **الأسئلة المقبولة:** سوف تساعدك الأسئلة التي تطرحها بينك وبين نفسك على تحديد موقفك واستعدادك الذي تقبل به على الموضوع، وأنواع الأسئلة التي ترى أنها مناسبة في هذه الظروف، ويؤدي هذا النوع إلى إعادة بناء الحدث مما يساعد المشاهد على الفهم، مثل: متى شممت رائحة الدخان؟ ماذا دار في ذهنك؟ ماذا فعلت؟ ماذا رأيت؟ ماذا فعلت عندئذ؟ وتستهدف هذه الأسئلة استخراج حقائق الموقف دون لعب بالعواطف، لا مبرر له.
- **المقابلات الجماعية:** قد يحدث أن تكون الكارثة بالغة، ولا يتاح من المقابلات إلا ما هو جماعي، حيث يحاط مصدر الخبر بعدد من المندوبين وكاميرات التصوير، ويكون منتهى الأمل أن توجه سؤالاً بين كثير مما يطرحه الآخرون. فلتسجل كاميرتك كل ما يدور، وعندما تجري المونتاج لاختيار الجزء المناسب طبق معايير الاختيار السليم.
- **الاتصال الهاتفي:** يستلزم كثير من القصص الإخبارية أن تجري اتصالاً هاتفياً لتحديد موعد للمقابلة، فكيف تغري مصدر أخبار بالتحدث إليك؟

من المدهش أن الأمر قد يكون أسهل مما تظن، إن الرهبة تعرقل عمل المندوب في عمله خاصة مع الشخصيات التي تشغل مناصب مهمة أو الشخصيات المشهورة، ويخلق هذا الإحساس بالرهبة عقبات لا مبرر لها، وعوائق نفسية تضر بالمهمة التي يقوم بها المندوب، والسبيل الوحيد لمعرفة مدى إمكانية أن يتحدث شخص ما إلى المندوب هو أن تسأل، وغالباً ما تبتهج الشخصية العامة عندما تسأل، فقد يتملكه الإحساس بالفخر أنك فكرت فيه، ويسعده أن تتيح له فرصة ليرى ويسمع في التلفزيون.

- **حيل لإجراء المقابلة:** يلجأ المندوبون إلى أساليب متعددة وحيل مختلفة للحصول على مقابلة، ومن المهم أن تتجنب اللجوء إلى التكتيكات الخشنة، إلا إذا كان الموضوع من الأهمية بحيث يستدعي ذلك، وفي بعض الأحيان يكون من أفضل الوسائل الممكنة أن تقول أنك تريد أن تتحدث في موضوع عزيز على قلب المصدر، حتى إذا جلست إليه حركت الأمور نحو الموضوع المقصود، وتستطيع فيما بعد أن تبرر هذا التطرق بأن المقابلة، هي التي ساقتك بطبيعتها إليه دون قصد، فكيف يتسنى لمصدر الخبر أن يشكو من هذا؟

- **الاستعداد للمقابلة:** لا يكفي أن تعلم الكثير عن الموضوع المطروح، فمدير اللقاء الجيد يجب أن يكون على دراية واطلاع واسع في موضوعات عديدة، ففي صبيحة المقابلة اقرأ الصحف جيداً ولتكن عادة القراءة والتفكير على نحو مستمر، فإجابة محدثك قد تتصل بموضوع آخر مثار، وقد تكشف عن آفاق تنعكس على أمور أخرى، قد لا يوحى ظاهرها بأنها واردة، وقد توحي هذه الإجابة بسلسلة من الأسئلة لم تكن في حسبانك، وتؤدي إلى الحصول على ثروة من المعلومات.
- **خلال المقابلة:** استمع جيداً إلى الإجابات، وكيّفها مع ما ترتبط به في ذهنك، بحيث تقود محدثك إلى ربط ما قاله منذ قليل، بما ينطوي عليه من احتمالات على مسائل أخرى، وبهذه الطريقة يمكن أن تتجاوز المقابلة الجيدة حدود المتوقع بإزالة الأقنعة السطحية، وكشف ما تحتها.

وخلال المقابلة التي تكشف جوانب الشخصية وأسلوب الحياة، يبدو أن المندوب يستخرج الصدق، ولكنه يقع بالصراحة الزائفة، ويعلم المندوب الجيد أن الوقائع تختلف عن الحقيقة، وأنهما ليسا سواء، وأن الاختلاف بينهما قد يشتد حتى يتباعدان، وقد يصبح التشكك ضرورياً للخروج من حالة التعاطف المرهف التي لا مبرر لها، فربما يمارس الضيف بعض الأساليب الذكية لكشف ما يمكن أن يقبله المندوب من الجد أو اللغو، ولا بد أن تستقر السيطرة على المقابلة في يد المندوب، وإذا كانت للضيف اليد العليا تحول اللقاء إلى مهزلة.

وتحتاج المقابلة التي تدور حول الجوانب الشخصية من المندوب بحثاً إضافياً أعمق، عليك أن تحاول الاتصال بأصدقاء محدثك ومعارفه وزملائه، واستقصاء لماضيه وأعماقه ورؤيته للأمور وطرائفه، مما يثري اللقاء، وسوف تحتاج إلى قراءة ما كتب عنه، وقد يحتاج الأمر إلى أن تتحدث مع بعض خصومه، وإذا توفر لديك كل هذا القدر من المعلومات، ووجدت أن محدثك يحكي قصة يزكي بها نفسه، يمكنك أن تتدخل قائلاً، حسناً ولكن فلاناً وفلاناً لم يسرداها كما تقول، وهذا التصرف الذي يدل على أنك أديت واجب الاستعداد قبل اللقاء، قد يخرس محدثك، ولكنه ربما يوحي إليه أن يكون أكثر دقة فيما يقول.

- **طرح الأسئلة:** في كل مقابلة هناك قائمة من الأسئلة المعدة، التي تحدد الاتجاه الذي تريد أن تتخذه المقابلة، ومع ذلك، لا تحصر نفسك في مقابلة مبرمجة سلفاً تواصل فيها أسئلتك المعدة دون استماع إلى الإجابات أو الرد عليها.

وهناك أنواع كثيرة من الأسئلة التي يمكن أن توجه خلال المقابلة:

- الأسئلة الاستخبارية: ماذا؟ ومتى؟ وأين؟
- الأسئلة الاستيضاحية: لماذا؟ ولأي غرض؟ وبماذا تعلل؟ وماذا دار في مداولاتك؟ وكيف كنت تزن حجج الطرف الآخر؟
- أسئلة تستهدف كشف مادة طريفة: كيف علمت لأول مرة؟ ماذا كان رد فعلك؟ ماذا فعلت عندئذ؟
- أسئلة ترمى إلى وضع معلومات في إطار أوسع: ماذا سيكون أثر ذلك على جماعات معينة من الناس؟ كيف توفق بين هذا القرار وقراراتك الأخرى، ما الذي ينطوي عليه بالنسبة للشؤون السياسية والاقتصادية أو التغيير الاجتماعي؟ هل يقدم ذلك دليلاً على تحول فلسفي؟
- أسئلة شخصية: ما الذي تخليت عنه حتى تنجح في عملك؟ هل هناك ما تأسف عليه؟ كيف أثر نجاحك على علاقاتك مع زوجتك وأطفالك؟ ما الذي دفعك لاختيار هذا الطريق دون سواه؟ كيف تؤثر شهرتك على رؤيتك لنفسك؟

هناك أنواع عديدة من الأسئلة بقدر ما هناك من مقابلات، وتعتمد قدرة المندوب على توجيه الأسئلة المناسبة على حبه الشخصي للاستطلاع، وذكائه، وإحساسه بماهية الأخبار، لكن يجب أن تكون الأسئلة مختصرة، وهذا ليس بالأمر السهل دائماً فقد تتعثر حتى تصل إلى التركيز المطلوب، ويتجنب مدير المقابلة التلفزيونية المتمرس أن يضع أسئلة بمقدمات طويلة معذبة.

كما يجب أن تسأل سؤالاً واضحاً كل مرة، حتى تحصل على إجابة واحدة، فهذا أيسر على الجمهور الذي يتابعك، كما أن الرد يكون أسهل في المونتاج.

- **تسجيل المقابلة:** يمكن أن تسجل المقابلة ثم تعالج بالمونتاج فيما بعد، وقد تذاع على الهواء مباشرة، ومن الواضح أنها عندئذ تنطوي على مخاطرة، لأنك لا تستطيع أن تغطي عيوبك بحذفها.

ولكن في مقابل ذلك، فإنها تتميز بالحيوية الدافقة الطبيعية والجاذبية الشديدة والمعالجة الجيدة، إذ يستطيع المشاهد أن يتابع تعاقب الأفكار، ويستمع إلى الإجابات الكاملة.

- **متابعة الإجابات:** سواء كانت المقابلة مسجلة أم حية تابع الإجابات، ولا سيما ما يحتاج منها إلى استيضاح، ويؤدي العجز الصارخ في المتابعة إلى امتعاض المشاهد المنتبه، فسوف تنتهي المقابلة ولا تزال في رأسه أسئلة، فشلت في إثارتها وقد خلفت لدى المشاهد شعوراً بعدم الرضا.

ثالثاً: المقابلة الإذاعية:

طرح العديد من الباحثين الإعلاميين العرب والأجانب ونخص بالذكر الباحث الإعلامي الروسي فاسيلييف في كتابه "أدب فن الأنواع الإذاعية" السؤال الأتي: هل المقابلة الإذاعية إبداع مهني أم فني؟ ويجيب: "المقابلة الإذاعية هي فن و إبداع في آن واحد" .

إن أهمية المقابلة تكمن في قدرتها على جعل الشخص الذي تجري معه المقابلة بالتصريح أو إلقاء الضوء على بعض الوقائع التي تتعلق بحدث تم واقعياً، والهدف من المقابلة أيضاً التعرف على الرأي العام الاجتماعي بما يتعلق بمسألة حيوية ساخنة ترتبط بالحياة الاجتماعية إن كانت سياسية أو ثقافية أو علمية أو اجتماعية أو غير ذلك، ويقصد منها تحقيق هدف تربوي أو إخباري، لذلك يجب أن تتصف بالاختصار المفيد الذي لا يفقد المعنى والحيوية والوضوح في الموقف السياسي، لكي تكون ذات فعالية وتأثير ولها معنى اجتماعي وممتعة ومسلية في آن معاً.

وظائف المقابلة الإذاعية:



وظائف المقابلة الإذاعية كثيرة ومتعددة الوجوه، وجميعها تهدف إلى كشف الحقائق والإعلان عنها ويمكن ذكر الحالات الآتية التي تستعمل فيها المقابلة الإذاعية:

- تسليط الأضواء على أحداث سياسية هامة وساخنة.
- الحصول على معلومات موثقة وحقيقية من مصدرها الأصلي.
- تحقيق لقاء مباشر بين الجمهور والشخصيات التي تتحدث عن قضية تهم الشرائح الواسعة من المواطني.

- إظهار أحداث معينة تقتضي الضرورة التعليق عليها من قبل المشاركين فيها مباشرة ومن قبل متخصصين ذوي نفوذ في أحداث هامة وساخنة، لتوضيح قرارات ووثائق صادرة حديثاً وإعطاء معلومات ومعطيات وأرقام جديدة.

أسس وقوانين المقابلات الصحفية والإذاعية والتلفزيونية:

يجب أن تتوافر في الصحفي الذي يعد أسئلة المقابلة معرفة كافية ومقدرة كبيرة على وضع خطة المقابلة وأسس العمل لنجاحها، كما يجب أن يتقن توجيه الأسئلة (كيف يسأل، متى يجب أن يسأل)، ويكون الصحفي ناجحاً عندما يفرض على الشخص المقابل حديثاً صريحاً وجدياً ويبرز كشخصية مهمة في اللقاء، إضافةً إلى ذلك يجب أن يتمتع الصحفي بجاهزية وإمكانات صحفية تؤهله لإجراء المقابلة بكفاءة متميزة في أداء العمل الذي يتطلب أن تتوفر لدى الصحفي العقيدة السياسية والثقافة العامة والثقافة المهنية، وإتقان أسلوب جيد في العمل واستخدام صحيح لتقنيات المايكروفون.

تورد مؤسسة رويترز الخيرية في دليلها للمراسل الصحفي مجموعة من التعليمات والإرشادات التي على الصحفي أخذها في عين الاعتبار لدى إجراء المقابلات:

- **التحضير:** اجمع أكبر قدر ممكن من الخلفيات عن الشخص والمؤسسة التي يعمل بها وإلا ستضيع وقتًا في توجيه أسئلة بديهية أو تسهل معرفة الرد عليها، كما سيبين هذا لمن تجري معه المقابلة أنك أعددت جيدا لها، وهذا سيجعله يشعر بثقة أكبر في قدراتك وسيكون أكثر استعداداً على الأرجح لتقديم مزيد من المعلومات.
- **الاطلاع المسبق على الأسئلة:** إذا أصر الشخص الذي تريد إجراء المقابلة معه على الاطلاع مقدماً على الأسئلة فلتفعل ذلك إذا كنت مضطراً، ولكن عندما يحين موعد المقابلة لا تشعر أن هذه هي الأسئلة الوحيدة التي تستطيع توجيهها.
- **التحية:** كرس الدقائق الأولى من المقابلة للحديث عن العموميات، وإذا كنت قد أعددت جيداً للمقابلة، فستكون قد عرفت شيئاً عن اهتمامات الشخص الذي تقابله، وهذا يساعد على خلق حالة من الاسترخاء.

- **تحقق من الأسماء والمناصب.**
- **لغة العيون والحركة:** لا تجذب مقعداً إلى جانب مكتبه وتنقض عليه، فقد يجد ذلك مزعجاً، أبعد مقعدك قليلاً وضعه في زاوية واجلس مستنداً إلى الوراء، وانظر بانتظام من آن لآخر في عيني من تجري معه المقابلة.
- **التسجيل والكتابة:** اسأل إذا كان يمكنك استخدام جهاز تسجيل، وإذا سمح لك لا تضع الجهاز أمامه بشكل مباشر فيكون بمثابة تذكرة دائمة بأن كل ما يقوله يجري تسجيله، ضعه في جانب واحد، وحاول ألا تخرج مدونة الكتابة على الفور،و ضعها على ركبتيك وليس على المكتب.
- **وجه أسئلة قصيرة:** تذكر أنك تحاول استخلاص معلومات من المصدر لا أن تبهره بمهاراتك.
- **لا توجه الأسئلة الصعبة في البداية:** فأنت بذلك تغامر بإغضابه وإنهاء المقابلة، اترك الأسئلة الصعبة لوقت لاحق لتضمن أنك حصلت على الأقل على كم من المعلومات يمكن استخدامه في كتابة المقابلة.
- "**أحد منتقديك قال**": هذا أحد أساليب توجيه الأسئلة الصعبة، فهو يظهر أنك لا تشارك هذا المنتقد الرأي.
- **وجه أسئلة مفتوحة وليس أسئلة مغلقة:** الأسئلة المغلقة عادة ما تبدأ هكذا: هل فعلت، هل يمكنك، هل أنت، ويمكن الرد عليها عادة بكلمة واحدة نعم أو لا، حاول صياغة أسئلة مفتوحة مثل ما هو شعورك حيال، أو ماذا تسمع عن، أو ما أهمية، أو كيف تصف، ولكن هناك دائماً فرصة لتوجيه سؤال مغلق عندما تكون تسعى إلى رد قاطع نعم أو لا.
- **تجنب الأسئلة متعددة العناصر:** فمحاورك سيجيب ببساطة على الجزء الأسهل.
- **استخدم الصمت:** لا تتطوع بتعليق إذا التزم الشخص الذي تجري معه المقابلة الصمت بعد سؤال، فلعله يفكر فيما يتعين عليه أن يقول أو يفكر فيما إذا كان سيدلي لك بمعلومة مهمة.
- **إذا لم تفهم:** إذا كنت تجاهد لتفهم ما يقول، استخدم عبارات مثل "إذا كنت أفهمك بشكل سليم"، أو "كيف تشرح ذلك لرجل الشارع".
- **استخدم سؤال المسح الشامل في نهاية المقابلة "هل هناك شيء آخر كان يتعين علي أن أسأله؟**" ففي بعض الأحيان يكون لدى الشخص الذي تجري معه المقابلة معلومات بشأن قضايا لم تكن على علم بها.

المقابلة ضمن برامج الإذاعة:

المقابلة الإذاعية ليست حديثاً عادياً بين طرفين، ولا بد للصحفي الإذاعي من الالتزام الصارم بدقة الحديث والأسئلة وألا يتحدث كثيراً بما يتجاوز ما تقتضيه الجلسة أو الموضوع، فمهمة الصحفي الإذاعي أو المقابلة الإذاعية المقبولة والناجحة والخالية من الأخطاء هي جذب المتحدث للتصريح بأخبار ومعلومات ليست معروفة على نطاق جماهيري، على أن تكون أخبار فريدة لها علاقة بالأحداث مباشرة أو بشكل غير مباشر ولكنها مؤثرة فيها .

الأسئلة في المقابلة الإذاعية:

عندها يمكن أن تأخذ المقابلة مكانها الصحيح ضمن برامج الإذاعة، شريطة أن تبرهن على أنها تستحق الزمان والمكان الذين تشغلهما بين البرامج الإذاعية، ولابد عندها أن يراعي معد المقابلة الأسئلة الآتية: كما حددها سمير نوف في كتابه (فنون الصحافة الإذاعية) موسكو 2002:

1 . لماذا أجريت المقابلة؟

2 . ما هو الهدف منها أو الغاية من إجراءها؟

3 . ما هو الهدف الذي تسعى لتحقيقه؟

4 . لماذا تم اختيار هذه الشخصية أو تلك لإجراء حديث معها وليس شخصية أخرى؟

ويجب أن تختار الشخصية التي سيتم معها إجراء المقابلة بدقة متناهية، ولها القدرة على إغناء الموضوع المثار والكشف عن أشياء جديدة ومفيدة عن الحدث، فالشخص المناسب للمثول أمام المايكروفون هو الذي يستطيع أن يقول بكل سهولة عما يخفيه من آراء، وبالطبع هو من يوجد لديه ما يجب أن يقوله، والحديث مع هذه الشخصيات تكون عادة لها متعة خاصة للصحفي وللمستمعين معاً ولها أهمية لما تضيفه من معلومات جديدة عن الحدث.

وبما أن المقابلة تصنف من بين الأجناس الإذاعية الأكثر حيوية ونشاط ومتعة، لابد من المحافظة على سلامة أدائها وإعدادها من قبل معدها، وتجنب نقاط الضعف والأخطاء التي يقع بها الصحفي الإذاعي الذي يجري مقابلاته وأحاديثه أمام الميكروفون مباشرة.

نقاط الضعف في المقابلة الإذاعية:

- ألا يقوم الصحفي بتحضير جيد للمقابلة أو لم يقم بإعدادها مسبقاً، مما يعرضه للأخطاء وخصوصاً لدى الصحفيين الجدد قليلي الخبرة والتجربة في ميدان العمل الصحفي الإذاعي.
- ألا يكون لديه المعرفة الكافية بالمشكلة التي ينوي معالجتها بشكل جيد، أو أن لا يكون مطلعاً بشكل كاف على الأخبار الجديدة الساخنة والهامة التي سيدور حولها الحديث في المقابلة الإذاعية.
- ألا يكون لدى الصحفي الخبرة والتجربة الكافية في معرفة المستوى الذي يمكن أن يستغل فيه الشخصية المقابلة للإدلاء بما هو مفيد وجدير بالاهتمام، وأن يكون جدياً حتى لا تكون المقابلة سطحية وفارغة، وهذا ما يفقد ثقة المستمعين بالمراسل وبمحطة الإذاعة التي تقوم ببث المقابلة.
- الأسئلة العامة غير المحددة، فتصميم المقابلة الروتينية ليس لها نكهة ولا طعم ولا رائحة وهنا لا بد من التأكيد على أهمية التحضير الجيد المسبق للمقابلة بوصفه المفتاح الأساسي للصحفي لكي ينجح في مقابلته الإذاعية.

التحضير للمقابلة الإذاعية:

التحضير الناجح للمقابلة الإذاعية يتطلب إعداد جيد للمقابلة من قبل الصحفي بالدرجة الأولى وبعد ذلك تحضير الشخصية التي سيجري معها الحديث، وهنا لابد للصحفي من معرفة الأمور الآتية:

- ماهية المسألة المطروحة على بساط البحث مما يتيح للصحفي أن يكون شخصية متساوية وموازية في حديث المقابلة.
- المعرفة الدقيقة والواسعة لجوانب شخصية المقابل فالمعرفة تساعد الصحفي على توجيه تلك الأسئلة المناسبة الأكثر دقة وصواباً، وطرح أسئلة تتلاءم مع طبيعة ومميزات وإمكانات الشخصية التي سيتم اللقاء معها.
- معرفة الغاية أو الهدف من إجراء المقابلة، وأن يعرف الصحفي ماذا يريد وماذا تريد هيئة تحرير الإذاعة، وإدراك كلي للتوجهات السياسية والإعلامية لدى مسؤولي المحطة الإذاعية التي يتحدث باسمها .

- معرفة موضوع الحديث وفكرته وغايته، والتفكير مسبقاً بكيفية ترتيب الأسئلة بشكل واضح وسليم، بحيث تكون محددة ومختصرة، لكي يكون اللقاء حيوياً ومترابطاً له مقدمة ونهاية منطقيتان، إضافة إلى ضرورة معرفة الجمهور الذي يتلقى الرسالة الإعلامية مضمون المقابلة، بهذا تكون المقابلة ممتعة ومفيدة ولها جمهورها، ولابد من أن ينسى المشارك في المقابلة مشاركة الجمهور له في الاستماع لما يقوله، وعلى الصحفي أن يقدم الشخصية بشكل ودي وأن يعرف اهتمامات الجمهور المستمع.

الخلاصة:

هناك نوعان من المقابلات التي تجرى في التلفزيون: المقابلة الإخبارية والمقابلة الخاصة بالجوانب الشخصية وأهدافهما تختلف، وإن اتفقت المهارات اللازمة لإدارتهما.

يبحث المندوب في المقابلة الإخبارية عن إجابة مختصرة، مركزة في الصميم على سؤال أو سؤالين محددين، لهما صلة بواقعة معينة.

يسعى المندوب في المقابلة الخاصة إلى كشف النقاب عن طبيعة وخلق وطراز الشخص الذي تدور معه المقابلة، ومن المحتمل أن تؤدي نتيجة ذلك إلى قصة أطول وأخف، وأقل تقيداً بعنصر الزمن.

المراجع

1. محمد الدروبي، الصحافة والصحفي المعاصر، بيروت، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، ط1، 1996.

2. كارولين ديانا لويس، محمود شكري العدوي، التغطية الإخبارية للتلفزيون، ط1، القاهرة، المكتبة الأكاديمية، 1993.

3. عبد الخالق عباس، إخراج النشرات والبرامج الإخبارية، تونس، مجلة اتحاد الإذاعات العربية، العدد4، 2009.

4. محمد العمر، إبراهيم زعير، الأخبار الإذاعية والتلفزيونية، دمشق، جامعة دمشق، مركز التعليم المفتوح، 2005/2004.

5. مؤسسة رويترز الخيرية، دليل المراسل الصحفي، 2006.

التمارين

حدد الإجابة الخطأ:

من أنواع المقابلة الصحفية:

A.المقابلة مع شخصية رسمية.

B.المقابلة مع رجل اعتيادي.

C.مقابلة مصورة.

D.دائرة مستديرة.

الإجابة الصحيحة: مقابلة مصورة.

مراحل إجراء المقابلة الصحفية:

A.يجلس المذيع في مواجهة المسؤول والكاميرا في ظهره.

B.يقوم الضيف بعد انتهاء المقابلة وتصبح الكاميرا مواجهة للمذيع.

C.معرفة الجوانب الشخصية للضيف.

D.تبدأ عملية المونتاج بعد ذلك.

الإجابة الصحيحة: معرفة الجوانب الشخصية للضيف.

أنواع المقابلة الصحفية من حيث المحتوى:

A. إعلامية إخبارية.

B. سياسية.

C. اقتصادية.

D. ثقافية.

الإجابة الصحيحة: إعلامية إخبارية.

الوحدة التعليمية العاشرة

البرامج الحوارية

أولاً: الحوار التلفزيوني:

مفهوم الحوار التلفزيوني:



أصبحت البرامج الحوارية تحتل مكانة متميزة ضمن الشبكات البرامجية التلفزيونية العربية للقنوات الخاصة والعمومية، ويعكس هذا التطور الكمي للبرامج الحوارية الدور الذي أصبح التلفزيون يلعبه في تشكيل الرأي العام والمكانة التي أصبح يحظى بها كفضاء عمومي، كما يعكس هذا التطور التحولات السياسية التي تشهدها المجتمعات العربية حالياً وتعددية الأحزاب السياسية التي أصبحت تنشط هذه الحياة السياسية، وهو يعكس الحضور الفاعل للمواطن العربي ضمن منابر الرأي والديناميكية الجديدة التي يحظى بها المجتمع المدني للتعبير عن مطامح ومصطلح ومواقف واتجاهات مختلف مكونات هذا المجتمع.

وتعتبر برامج الحوار Interviews من أكثر برامج التلفزيون تشويقاً وجاذبية، ويفضلها المشاهدون نظراً لتعدد الأصوات والأشكال المشتركة فيها، بالإضافة إلى تنوع الآراء والخبرات والثقافات التي تشبع احتياجاتهم المعرفية، وتجعلهم على اتّصال دائم بمشاكل الحياة اليومية، وتشغل مساحات كبيرة وساعات كثيرة في خرائط قنوات التلفزيون البرامجية حتى أصبحت سائدة بصورة ملحوظة، ويمثل الحوار أساساً مشتركاً في غالبية الأشكال البرامجية التلفزيونية، ويحتاج إلى العلاج بغية التطوير والارتقاء بها لتشبع احتياجات المشاهد في الأساس، ولتحقق تميّز القنوات التلفزيونية العربية وسط هذا الكم الهائل الذي نعيشه في عصر الاتصالات الفضائية.

ويعرف الحوار التلفزيوني بأنه أحد أشكال التعبير التلفزيوني الأساسية المستخدمة لإخبار المجتمع عن حقيقة وجوهر الأحداث والتطورات التي تهم وتمس شرائح اجتماعية واسعة.

ويعرفه يوسف مرزوق على أنه عرض أفكار بعض الناس وآرائهم في مسألة بعينها أو إعطاء معلومات معينة للناس في موضوع ما أو تقديم شخصية للمتلقي مثيرة لاهتمامه بشكل أو بآخر.

ويعد الحوار عنصر مشترك في العديد من الأشكال البرامجية وهو الأساس في الحصول على المعلومات من الضيوف، ويتألف من عدة عناصر متداخلة وهي مقدم البرامج وضيوفه والموضوع المطروح ومدى اهتمام المشاهدين به والمعد واللغة المستخدمة فيه والأجهزة والمعدات التي يتطلبها ووقت وزمان ومكان إجراء الحوار.

أشكال الحوار التلفزيوني:

- حوار إعطاء المعلومات Opinion Interview.
- حوار الرأيInformation Interview: يستهدف التعرف على رأي الضيف في مسألة أو قضية معيّنة.
- حوار الشخصية Personality Interview: الذي يستهدف إلقاء الضوء على جوانبها المختلفة.

أنواع برامج الحوار التلفزيوني:

تصنيف البرامج الحوارية حسب المشاركين:

يمكن تصنيف برامج الحوار على ضوء المشاركين فيه:

- الحوار الفردي Individual.
- الحوار الثنائي.
- الحوار الدائريCircular أو الجماعي.

- الندوة.

ويجب عدم الخلط بين النوعين الأخيرين من الحوار والندوة، كشكل مهم من أشكال البرامج الحوارية، فلا شكّ أن حوارا يجرى مع مسؤول وقرينته أو مع رب الأسرة وأفرادها يختلف عن الحوار الذي يتم في ندوة مع كبار المتخصصين في الشؤون السياسية أو الاقتصادية.

تصنيف البرامج الحوارية حسب الموضوع:

- الحوارات البسيطة Simple Interviews التي تتناول زاوية محدودة أو صغيرة في موضوع أو قضية معيّنة.
- الحوارات المركبة Complex Interviews التي تتطرق إلى الموضوع من جوانبه المختلفة والمتعددة.

تصنيف البرامج الحوارية حسب طبيعتها:

- برامج الحوار الحي أو المباشر، الذي يتمّ على الهواء مباشرة.
- الحوار المسجل الذي يذاع في وقت لاحق.
- الحوار المستقل الذي يمثل برنامجاً متكاملاً.
- الحوار التابع الذي يشغل فقرة من برنامج آخر.
- المقابلات التي تتم داخل استديوهات التلفزيون.
- المقابلات التي تتم في مواقع الأحداث.

ويمثل الحوار أساساً مشتركاً في العديد من الأشكال البرامجية التلفزيونية الأخرى ومنها الريبورتاج التلفزيوني، ومجلة التلفزيون، منوعات التلفزيون، مسابقات التلفزيون، أخبار التلفزيون وغيرها، فهو أساس برامج المناقشات بأساليبها المختلفة.

مكونات الحوار التلفزيوني:

ويتكون الحوار التلفزيوني من مجموعة مكونات متداخلة مع بعضها البعض هي:



- مقدم البرنامج الحواري.
- الضيف.
- القضية التي يتحاوران فيها.
- الأجهزة المستخدمة.
- الوقت أو المدة التي يتطلبها الحوار أو النقاش.
- الأسئلة التي يوجهها مقدم البرنامج لضيوفه.
- مكان إجراء المقابلة.
- المشاهدين الذين تعتبر مراعاتهم والاهتمام بهم البداية الصحيحة لأي اتّصال تلفزيوني فعّال.

وتعتبر طريقة إعداد الأسئلة مفاتيح الحصول على المعلومات، ويجب مراعاة ترتيبها، ومدى تغطيتها للموضوع من جهة، ولجوانب شخصية الضيف في اللقاء، أو ضيوف المناقشة من جهة أخرى ومدى تمكنهم من الإجابة على تساؤلات مقدم اللقاء أو الندوة، وأسلوب أو طريقة معالجتهم وتناولهم لموضوعاتها.

وهناك قواعد أساسية يجب الالتزام بها عند توجيه الأسئلة للضيوف:

- على مقدم الحوار ألا يسأل أسئلة عامة أو طويلة إذا كان يريد إجابات محدّدة.
- السؤال الذي لا يصاغ بشكل لغوي سليم قد لا يفهم على حقيقته، وقد يأتي بإجابات غير التي تسعى إلى الحصول عليها.
- إلقاء سؤالين قد يسبب المتاعب للضيف وقد ينشأ عنه سوء فهم، أو ربما ينسى الضيف السؤال الأول ويجيب على السؤال الثاني أو العكس.

- البعد عن الأسئلة المشحونة بالمعاني والأحكام المسبقة، وأن يوجه السؤال المناسب للشخص المناسب.

وظائف الحوار التلفزيوني:

وظائف الحوار التلفزيوني كما حددها سعد لبيب:

حدد الباحث سعد لبيب مجموعة من وظائف الحوار التلفزيوني أهمها:

- **وظيفة الإعلام والإخبار:** وتعني تقديم الحوار كل ما هو جديد من معلومات وأخبار عن الأحداث المهمة في الجوانب السياسية والاقتصادية والاجتماعية والرياضية.
- **وظيفة الشرح والتفسير:** وتعني شرح وتفسير ما يحدث من أحداث وأمور في جوانب الحياة المختلفة.
- **وظيفة التعليم:** وتعني كل ما يقدمه من معلومات وأفكار جديدة تؤدي إلى زيادة معلومات المشاهدين.
- **وظيفة التثقيف:** وتعني تثقيف المشاهدين عن طريقة الحوار مع قادة الفكر والأدباء والفنانين.
- **وظيفة خدمة المجتمع وتنميته:** وتعني توعية وتنمية المشاهدين في مجالات تخصصهم عن طريق الحوار مع المتخصصين في المجالات كافة.

وظائف الحوار التلفزيوني كما حددها باحثون آخرون:

- توضيح الفكرة.
- التعريف بالشخصيات وإبراز أفكارها وتجاربها.
- التأثير في جمهور المشاهدين.
- إبراز رأي الأفراد المعارضة.
- تعميق فهم لقضية أو شرح موقف غامض.
- دحض الشائعات والأفكار المسبقة.

- كشف الحقائق وإعطاء المعلومات حول موضوعات مختلفة تهم أكبر شريحة من المجتمع.
- الاستفادة من الشخصيات المهمة وما تتمتع به من جماهيرية ومصداقية من أجل تحقيق أهداف معينة.

سمات وخصائص الحوار التلفزيوني:

- له سمة الدراما حيث يتضمن الحوار موضوع وشخصيات وإخراج وحركة وإضاءة وديكور وتطور الحدث.
- له سمة العرض إذ أن له القدرة على العرض أكثر من أن يروي أو ينقل أو يقص، فمن المهم جداً أن يقول المحاور وهو يعرض أقواله ويؤديها من خلال حركة يدين ونبرة.
- يتميز بصعوبة استخدام النص المكتوب في جوانب الأسئلة المطروحة لأنه يفقد الكثير من فاعليته وعفويته.
- يقوده فريق عمل كامل خصوصاً داخل الأستوديو، إذ يواجه المحاور والمعدات والأضواء وتعليمات المخرج والمنتج والمصورين ومع ذلك عليه أن يتصرف بعفوية[5].

ثانياً: خطوات إعداد البرامج الحوارية:

- **تحديد الإشكالية وإعدادها:**

كثيراً ما يعتقد أن حدثاً ما يكون كافياً لاعتباره موضوع حوار، حيث يؤخذ على عجل ويتم تناوله بطريقة تعيد تكرار المعلومات المتداولة، وكثيراً ما يقوم معد البرنامج بالتفكير بدلا عن الجمهور، وبالتالي يتم تحديد مجموعة من الأسئلة من تلك التي تدور بخلده، ويصار إلى اعتبارها موضوعاً ينتظره المشاهد.

والواقع يختلف عن ذلك، إذ لابد من التحديد المسبق والدقيق للمشكلة أو الزاوية الرئيسية ومجموعة الزوايا الفرعية التي تشكل لب الموضوع، لا بالنسبة لمعد البرنامج بل للجمهور الذي يجب استقراء حاجاته تلك بواسطة صحفي مختص بالموضوع والجمهور على حد سواء.

بمعنى آخر يجب أن يصار إلى استقراء حاجات المشاهد وتحديد الزاوية الأكثر غموضاً بالنسبة له، ورصد النقاط التي تشكل حيرته لا حيرة الصحفي فقط، من خلال خبرة سابقة راكمتها سنوات طوال من الدراسات العلمية من أجل تحديد ميول ورغبات المشاهد.

وبالقدر الذي تحتل به فكرة تحديد إشكالية موضوع الحوار مكانة هامة بالنسبة لمقدم البرنامج، باعتبارها محط أنظار المشاهد، فإن الأهم من ذلك هو تمكنه من الآليات الكفيلة بإيصال تلك الفكرة والآراء المتعلقة بزاوية الحوار للمشاهد وجذبه للمتابعة.

وعليه فإن الخطاب الإعلامي هو في الأساس خطاب أيديولوجي، وعلى مقدم البرنامج الحواري أن يعمل بوعي ويقظة، خاصة عندما يكون طابع الحوار إخبارياً، بل على الأقل محاولة التذكير بالمعنى المجرد لفكرة الحوار الرئيسية.

ولا تتأتى قدرة هذا النوع من رغبة مجردة بل هي نتائج مجموعة من العناصر المنهجية في سياق إدارة الحوار تتمثل أساساً بالحضور الدائم لإشكالية موضوع الحوار في ذهن الصحفي، والالتزام الصارم بمسار إماطة اللثام عما يشكل حيرة للمتلقي، وهذا يتوقف على عمق إعداد الموضوع وفهمه وتحديد الخطوط العريضة لسير خطوات الحوار وتحدي نقاط الانتقال في الوقت المناسب.

- **اختيار الضيوف:**

مهما كان الشكل الذي يتخذه البرنامج الحواري، ثنائياً أو متعدد الأطراف، ومهما كانت أهدافه للحصول على الآراء أو أخبار ومعلومات لتسليط الضوء على جوانب شخصية ما، فإن المصادر لكل ذلك هو المستجوب أو مجموعة المستجوبين، وهؤلاء ليسوا أرقاماً جامدة، ولا هم أدوات محايدة، بل عادة ما يكونوا من الفعلة الرئيسيين في حدث ما أو من الأشخاص المؤثرين أو المتأثرين بالحدث أو المراقبين له أو المختصين به أو بإحدى تداعياته.

يعني ذلك بأن الصفات الشخصية لأي منهم يمكنها أن تتوارى تحت ضغط البرنامج، إذ لا يصح عندها الاعتماد كلياً أو جزئياً على معلومات تتعلق بصفات شخصية في حياته اليومية،

واعتمادها سبيلاً لطريقة محاورته خلال البرنامج، فالشخصية المرنة أو المتعاونة قد تتحول عند أحد مفاصل البرنامج إلى شخصية مترددة ومتصلبة، كما قد يحدث العكس، إذ قد تتوقف الصفات الشخصية لأحد الضيوف على المسافة التي يقفها من انعكاسات نقطة ما في الموضوع عليه.

وما يجب التوقف عنده ملياً بالنسبة لمعد البرنامج ومنفذه، هي المواقع التي تحتلها كل شخصية من شخصيات الحوار من موضوع النقاش، لضمان سير سلس للبرنامج يصل به إلى أهدافه بعيداً عن الجوانب الذاتية لشخصية الحوار.

كما أن اختيار الشخصيات يجب أن يخضع فقط لمنطق الاختصاص والقدرة على التناول، بعدة أسباب لعل من أهمها على الإطلاق هي احترام المتلقي والضيف على حد سواء وإضفاء درجة عالية من المصداقية على مضمون البرنامج.

فحضور ضيف ما ليس بموقع القدرة على الإحاطة بأحد جوانب الموضوع سيؤدي إلى إضعاف البرنامج والحط من قيمته، وربما دفع المتلقي لعدم المتابعة بعد أن تكون مصداقية البرنامج قد وضعت في الميزان، إضافة للإساءة التي ستلحق بالضيف نفسه، حيث سيوضع من قبل المشاهد في موقع الجاهل أو المتطفل.

ومن الأمور الهامة التنوع في اختيار الضيوف، إذ أن التنوع في البث وسهولة التقاطه قد خلقا ثقافة تلقٍ جديدة قوامها التنوع والاختلاف في التناول والتفسير لم تعد تستقيم معها طريقة الحوار الرتيب والممل، والذي كثيراً ما يكون نتاج ضيوفه من أصحاب الاتجاه الواحد.

وفي هذا الإطار تبرز أهمية تحديد المحاور الكبرى والمحطات الرئيسية لموضوع الحوار، والتي على ضوئها يتحدد مسار الموضوع من خلال التحديد المسبق لتدخل شخصيات الحوار عبر مجموعة من الأسئلة العميقة والواعية.

ويقع على عاتق المذيع أن يجعل ضيفه يشعر بالألفة، فيقدم له فكرة عن إطار الحوار (الاستديو والمخرج والفنيين والمساعدين)، فيضعه في حالة انسجام وكأنه بين معارفه، وهو ما يزيل عنه الارتباك والتوتر.

وفي بداية الحوار يكون المذيع مطالباً بتقديم الضيف للجمهور تقديماً موجزاً يركز على نقاط أساسية ليترك المجال مفتوحاً خلال الحوار لإضافة معلومات أخرى عن الضيف، ومن الخطأ ترك الضيف مدة طويلة نسبياً ليتدخل فالجمهور ينتظر بشوق ما سيدلي به الضيف، وقد يغفل

بعض المذيعين عن ذكر اسم الضيف والمطلوب إعادة ذكر الاسم والصفة مراراً، وإضافة المعلومة تلو الأخرى عنه، ومما يعاب على المذيع أحياناً أنه ينشغل عن ضيفه باستعراض مظاهر براعته، وينسى أن ضيفه هو النجم الحقيقي للحوار، فللمذيع أن يظهر من البراعة ما شاء لكن دون أن يتحول هو إلى مركز اهتمام المتلقي أو يحاول منافسة ضيفه في تخصصه بالذات، فالضيف هو الخبير في مجال تخصصه وهو صاحب المعلومة الموثوقة.

كما يوصى المذيع بأن يتجنب وضع ضيفه في فخ أو إحراجه أو جره إلى مواضيع حساسة قد لا يستطيع الضيف الحديث فيها، فقد تصل الشجاعة بالضيف إلى مقاطعة الحوار على الهواء والانسحاب فورياً.

ومن شروط إدارة الحوار بنجاح أن يكون المذيع متمتعاً بثقافة الإنصات أي أن يحسن الاستماع إلى ضيفه، حتى يتمكن من متابعة أقواله بأسئلة مولدة منها، وتجنب الحرج جراء إعادة سؤال يكون الضيف قد سبق وأجاب عنه.

وقد يلجأ الضيف أحياناً إلى المراوغة والتهرب من الإجابة وليس للمذيع أن يقبل ذلك، بل من واجبه الإصرار ومواصلة طرح العديد من الأسئلة لبلوغ إجابة مقنعة.

وإذا ما كان الضيف مدرباً على الحوار، خاصة إذا ما كان شخصية سياسية فإنه يهيمن على الحوار وينحرف به عن مساره، وهنا يجدر بالمذيع أن يكون منتبهاً ويصحح مسار الحوار، ولا يترك ضيفه يسترسل في الحوار على نحو ما يريد، بل من واجبه التدخل في اللحظة المناسبة، وليس له أيضاً أن يكون خاضعاً ذليلاً لضيفه مبدياً الانبهار بشخصيته إذا كان من المرموقين في المجتمع، فمن واجبه احترامه وعدم ترك المبادرة له ليصبح هو المتحكم في سير الحوار ومجرياته.

- **إعداد الأسئلة:**

لا بد من التحضير المحكم للأسئلة كشرط للنجاح المؤكد للحوار، فبالقدر الذي يعتبر به السؤال مفتاح النجاح فإنه يعتبر أيضاً السبيل الأسرع لانسداد آفاق الحوار وفشل الموضوع برمته، ومن هنا يجب التمييز بين مستويين من مستويات بناء السؤال عند التفكير في صياغ وطرح الأسئلة:

- الأول: يتعلق بالخصائص الثابتة للسؤال من حيث مراعاة الصيغة التي يكون عليها والطريقة التي يطرح بها، ولاختصاص الضيف من ناحية وانعكاساته عليه من ناحية أخرى لتجنب أية آثار سلبية على سير الحوار، مع المحافظة الدائمة على وضوح الهدف من وراء الحوار إضافة إلى احتماله على أي قدر من التأويل.
- الثاني: يتعلق بخاصية الاستمرارية في مراحل الحوار داخل الإطار والهدف المحددين مسبقاً لإجراء الحوار، وهذه الشرطية لا يمكن بلوغها عن طريق الحضور الدائم لإشكالية موضوع الحوار، عبر التحضير المسبق والاختيار الصائب للضيوف.

ويدعو خبير الإعلام الأمريكي "إيرني كريلنفErnie Krreilin" المذيع إلى ألّا يسأل أكثر من سؤال واحد في المرة الواحدة، وأن يتجنب الأسئلة المغلقة التي تتطلب الإجابة بنعم أو لا، بل على المذيع أن ينوب الشخص العادي في طرح ما يمكن أن يطرحه من أسئلة، فهو لسان حال الجمهور ويعبر عما يتبادر في أذهانهم من أسئلة، لكن هذا لا يمنع المذيع من طرح أسئلة مثيرة قد لا تدور بذهن الناس فينبّه بذلك على مدى ما يمكن أن يسعى إليه من معلومات وهو يحاور ضيفه، ويبتعد عن كل ما هو بديهي ومعلوم لكثرة تداوله ومعرفة الناس به، ومما يحسن تجاوزه من جانب المذيع أن يطرح سؤالاً ثم يجيب عنه فماذا بقي للضيف إذن، لكن دور المذيع يصبح حاسماً وتدخله ضروري عندما يعمد الضيف إلى استعمال مفاهيم أو مصطلحات غامضة وغير مألوفة أو أحياناً بلغة أجنبية، في مثل هذه الحالة يتوقف المذيع للاستفسار والاستفهام نيابة عن الجمهور حتى وإن كان هو عليماً بمدلول كل مصطلح.

ثالثاً: عناصر برامج الحوار:

المقصود ببرامج الحوار، تلك البرامج التي تنطوي على أربعة عناصر رئيسية تميزها عن البرامج الأخرى التي تعتمد الحوار، مثل المقابلات والندوات....الخ، وهذ العناصر هي:

- **الاستديو:** وهو فضاء البرنامج، حيث يخصص استديو أو قاعة ذات ديكور وسمات تتكرر في كل حلقة من حلقات البرنامج ولتكون علامة فارقة ومميزة له.

  في هذا الفضاء يتم اختزال الزمان والمكان، أي يتم توحدهما واندماجهما طيلة فترة تسجيل أو بث البرنامج، وإذا حصل الفصل بينهما فهو فصل مؤقت، ودور التلفزيون في برامج الحوار يكمن في جعل الاستديو هو "الحدث والمكان" حيث يتم تخطيط برامج الحوار من حيث الزمان والمكان لتحقيق هدفين:

  - منح المشاهد تجربة اللحظية أو التزامن بين البرنامج وبثه.
  - خلق فرصة الاندماج وتجربة توحد الفضاء بين البرنامج والجمهور بطريقة يشعر معها كما وأنه مشارك فيه، ويلعب الديكور والمؤثرات الضوئية Stenographic دوراً مهماً في تكوين هذا الشعور.



- **المضيف:** يعتبر مقدم البرنامج الحواري أو المناقشات أو ما نسميه بالمحاور هو العنصر الرئيسي في مجموعة المكونات المتداخلة التي سبق الإشارة إليها، فهو الذي يستخدم الأجهزة، ويبحث في موضوعه الذي يجب أن يهم المشاهدين، ويناقش ضيوفه، ويوجه إليهم الأسئلة، ويقتضي الأمر أن يتسلح المحاور بمهارات الاتصال بالآخرين، ومنها:
  - مهارات التحدث والتفكير ووزن الأمور، والإنصات والتركيز فيما يتحدث فيه ضيفه، والذي يمكنه من التقاط الأفكار المثيرة التي تجذب المشاهدين، وتثري موضوع الحوار.
  - الفضول وحب الاستطلاع والهدوء، وعدم الانفعال.

- الوضوح والموهبة والمرونة والأحساس بالمسؤولية وسعة الأفق والثقافة والخبرة.
- القدرة على التحليل والتفسير والاستنباط والاستنتاج.
- الثقة بالنفس وبالخرين.
- الشجاعة والتلقائية في التعامل مع الميكروفون أو الأداء أمام الكاميرات دون ارتباك أو تلعثم.
- إدارة الحوار، وتوجيه الأسئلة إلى الضيف، والتفاعل معه.
- إعداد الأسئلة مسبقا قبل إجراء الحوار، ونضمن له من خلال هذا الإعداد 50 ٪ من النجاح في إجراء المقابلة، ويعتبر الإعداد المسبق ضرورة باستثناء بعض المواقف التي تفرض عليه إجراء حوار سريع.
- عدم إرباك الشريك في الحوار.
- عدم عرض الأئلة على الضيف مسبقاً لمجرد الرغبة في إرضاء الضيف، بل يمكن إعطاؤه فكرة عامة عن موضوع الحوار مع تجنب المقدمات التمهيدية الطويلة.
- طرح الأسئلة وسماع الإجابة عليها دونما تعليق سواء بالسلب أو الإيجاب،أو حتى بالإيماءة أو بأيّة ألفاظ أخرى مهما كانت الظروف، فإذا كانت الإجابات كاملة يمكن الانتقال إلى سؤال آخر، وإذا لم تكن الإجابات دقيقة وشاملة يمكن إضافة أسئلة أخرى حول نفس الموضوع للحصول على الإجابات المطلوبة، مع استبعاد الأسئلة المغلقة التي يسهل إنكارها أو إثباتها، أو الأسئلة الإيحائية التي توحي للضيف بإجابات معيّنة، أو الأسئلة المحرجة التي تتناول أمورا شخصية كالعمر أو الدخل أو الديانة، مع مراعاة تسلسل الأسئلة وتتابعها لتحقيق الهدف من المحاورة.
- على المحاور ألا يشكو من الإجابات غير الوافية لأنه لم يلتقي الشريك المناسب الذي يجيب بدقة على كل تساؤلاته، كذلك عليه ألا يشكو من الإجابات السخيفة، لأنها ليست سوى إجابة على أسئلة سخيفة، ولهذا يجب أن يسأل المحاور نفسه بعض الأسئلة قبل أن يسأل ضيفه ومنها ماذا يريد أن يعرف؟ ومن هو الشخص المناسب الذي سيقدم له ما يريد من معارف ومعلومات وخبرات؟ وكيف يتعامل مع شريكه؟ فلا يدع ضيفه يقوده إلى ما يريده، ولا يسأل ضيفه أسئلة غير مناسبة مع مراعاة أن الأسئلة التي يعدها هي الأدوات التي تمكنه من الحصول على المعارف والمعلومات

أو الآراء أو الخبرات التي يريدها، ويتطلب ذلك تحديد معنى السؤال ونلاحظ أن كثيراً من أسئلة المحاورين اليوم لا تنال القدر الكافي من العناية بالصياغة، والدقة في التعبير عن المطلوب، كما يوجهونه أسئلتهم بطريقة بوليسية وينسون أن الضيف شريكاً لهم في المحاورة يجب التعرف عليه من البداية، واحترامه والتفاعل معه، مع عدم ارتباط الأسئلة بموضوع المحاورة، في الوقت الذي يجب أن يختص كل سؤال بجانب معيّن من دور واضح، مع عدم تكرار الأسئلة، وتجنب إعادتها، ومن جهة أخرى يجب عليه مراعاة الإطار الزمني للبرنامج من حيث مدّة البرنامج، وتوقيت بثه، ومدى صلاحية المكان الذي يسجل فيه حواره، واستخدم اللغة التي تناسب الموقف الحواري، بمعنى أن اللغة التي يصيغ فيها أسئلته أثناء إجراء الحوار لا بد أن تتّفق مع شخصية الضيف، ونظراً لأن موضوع المحاورة لا ينفصل عن الضيف فالحوار مع عامل يختلف عن حوار مع عالم أو خبير، وعليه أن يراعي أيضاً مستوى جمهوره من المشاهدين، فالأطفال غير الشباب، والنساء غير الرجال، وبالتالي على مقدم البرنامج أن يراعي أن يكون المستوى اللغوي متناسباً مع موضوع الحوار بمحدداته المختلفة، كما يناسب ضيفه وجمهوره من المشاهدين، ويعتبر الجمهور المستهدف جزء لا يتجزأ من العملية كلها، فالحوار يستهدف إشباع الاحتياجات المعرفية للمشاهدين، ولهذا على مقدم البرنامج الحواري أن يضع نفسه باستمرار مكان مشاهديه، ليعرف: ماذا يريدون أن يعرفوا؟ وما هو المضمون الأكثر أهمية بالنسبة لهم؟ وما هي أساليب جذب انتباههم وتشويقهم باستمرار؟ وما الذي يجعله أكثر تصديقاً وإقناعاً بالنسبة لهم في هذه المحاورة؟

وقد يكون المحاور شخصاً أو مجموعة أشخاص، والمضيف يتكرر ظهوره في أغلب حلقات البرنامج ويقترن وجوده بالبرنامج أصلاً، وتختلف وظيفته اختلافاً كبيراً عن وظيفة ودور مقدم الأخبار Anchor، فبرامج الحوار تعطي أهمية كبيرة لشخصية المضيف، باعتبارها جزءاً من محتوى البرنامج وخصائصه الشخصية، وتعتبر هي الأخرى جزءاً من شخصية البرنامج، ولذلك يعتبر البرنامج هو عالم المضيف الذي يستطيع أن يحلق في أجوائه ويناور ويتحكم في مساره،

على العكس من مقدم الأخبار الذي ينحصر دوره في قراءة الأخبار واستضافة المعلقين عليها دون إبداء الرأي.

وبصورة عامة يعتبر المضيف (مقدم البرنامج)، العنصر الأكثر أهمية في برامج الحوار لجملة من الأسباب في مقدمتها:

- يمثل التلفزيون أو القناة التي تقدم البرنامج، وبذلك يعتبر هو القائم بعملية الاتصال.
- ما يتحدث به والمحاور النقاشية التي يديرها تشكل جزءاً مهماً من الرسالة الاتصالية.
- قيامه بدور المرسل فإنه يؤدي دور الوسيط بين المرسل ذاته والمستقبل.



- **الضيوف:** وهم المتحدثون الرئيسيون الذين يقدمهم البرنامج ويسلط الضوء على التجارب والقضايا والتعليقات التي يثيرونها، والضيوف نوعان:
  - ناس عاديون لديهم قضايا وتجارب مهمة تتم استضافتهم لإجراء الحوار معهم.
  - الشخصيات المهمة أو ما يطلق عليهم بنجوم المجتمع Celebrities وقادة الرأي.



- **الجمهور**: وهو الجمهور الذي يحضر الاستديو أثناء تسجيل أو بث البرنامج، وهو في العادة جمهور منتخب، ويسعى القائمون على البرنامج من خلال إشراك الجمهور إلى تحقيق غايتين:
  - الاستفادة من حضورهم لإضفاء التفاعلية والمشاركة في الحوار.
  - تمثيل الجمهور الأوسع خارج الاستديو وخلق الشعور غير المباشر لدى مشاهدي البرنامج خارج الاستديو بحضورهم ومشاركتهم، وكون البرنامج يناقش قضايا ومواضيع تخصهم وتعنى بشؤونهم.

رابعاً: أهمية وسائل الإيضاح والمواد الخلفية المصورة:

تعتبر من أهم العناصر التي تؤدي إلى نجاح برامج الحوار والمناقشات، وهي ضرورية لإثراء موضوع الحوار والمناقشة، وتوسيع إطاره وآفاقه، كما تزيد من واقعيته، وتربطه بمجريات أحداث الحياة اليومية من خلال تكامل اللقطات الإيضاحية أثناء النقاش والمحاورة، واستخدام المواد المصوّرة والإيضاحية، أو التي تعطي خلفية تدعم المحاورة أثناء بثها أو تسجيلها، شريطة أن ترتبط بموضوعها


.

هذا بالإضافة إلى عرض ردود أفعال المتحاورين، وإظهار الآثار المختلفة التي تبدو على وجوههم، وانفعالاتهم وتصادمهم ونشاطهم من خلال اللقطات التي تثير انتباه المشاهدين وتدفعهم لمزيد من المتابعة والاهتمام، كذلك عرض وجهات النظر المختلفة، وإبراز الآراء المؤيدة أو المعارضة في مختلف

المحاورات، التي تتناول القضايا والموضوعات المطروحة فيها وتدفع المشاهدين لمتابعة الحقيقة الكاملة، فيحرصون بالتالي على متابعة البرنامج الذي يجعلهم على اتصال دائم ومستمر بمشاكل وقضايا حياتهم اليومية.

خامساً: أهمية التدريب المستمر على الحوار والمناقشة:

لم يحظ التدريب التلفزيوني على الحوار والمناقشة حتّى الآن بالعناية الكافية، ونوصي بتدريب مقدمي البرامج الحوارية والقائمين عليها على كل الأمور التي تساعد في صقل خبراتهم وتنمية مهاراتهم في هذا المجال، وزيادة وعيهم ودعم قدراتهم في التعامل مع التلفزيون كوسيلة مرئية تعتمد الصورة الحيّة المقترنة بصوتها الدال على عمق المشاعر والأحاسيس، سواء بحسن الأداء أمام الكاميرات أو الميكروفونات، مع الاهتمام بتدريب مقدمي الأخبار على حرفية البحث وإجراء الحوارات والمناقشات، لأنّ التدريب يوفر لهم فرصاً حقيقية لتحسين معارفهم وتنمية مهاراتهم الحوارية، ويمكنهم من أداء عملهم بأقصى ما يستطيعون من قدرات، ويجب ألا يقف التدريب في هذا المجال عند مستوى أو حد معين من المعرفة، لأن هذا المجال في تطور مستمر وتغير دائم، ولا بد من المسايرة المتواصلة لأحدث فنون المحاورات والمناقشات التلفزيونية التي يجب أن تعلم وتثقف المشاهدين.



الخلاصة:

تعتبر برامج الحوار من أكثر برامج التلفزيون تشويقاً وجاذبية، ويفضلها المشاهدون نظراً لتعدد الأصوات والأشكال المشتركة فيها، بالإضافة إلى تنوع الآراء والخبرات والثقافات التي تشبع احتياجاتهم المعرفية، وتجعلهم على اتّصال دائم بمشاكل الحياة اليومية، وتشغل مساحات كبيرة وساعات كثيرة في خرائط قنوات التلفزيون البرامجية، حتى أصبحت سائدة بصورة ملحوظة، ويمثل الحوار أساساً مشتركاً في غالبية الأشكال البرامجية التلفزيونية.

المراجع

1. محمد حمدان، تطور بنية البرامج الحوارية، التلفزيون وحضور المجتمع المدني، تونس، مجلة اتحاد الإذاعات العربية، العدد2، 2006.

2. محمد معوض إبراهيم، واقع الحوار التلفزيوني وكيفية الارتقاء به في القنوات الفضائية العربية، تونس، مجلة اتحاد الإذاعات العربية، العدد 2، 2003.

3. هدى مالك شبيب، التسويق في البرامج التلفزيونية الحوارية دراسة تحليلية لبرنامج Oprah Show، مجلة الأستاذ العدد 201، 2012.

4. هاني مبارك، البرامج الحوارية العربية، انعكاسات الغياب المنهجي وضرورة التقيد به، تونس، مجلة اتحاد الإذاعات العربية، عدد2، 2005.

5. عبد الرزاق الحمامي، الحوار، رؤية نقدية، تونس، مجلة اتحاد الإذاعات العربية، العدد 3، 2008.

6. جاسم محمد الشيخ جابر، البعد الاتصالي لبرامج الحوار في التلفزيون، تونس، مجلة اتحاد الإذاعات العربية، العدد 3، 2008.

التمارين

حدد الإجابة الخطأ:

أشكال الحوار التلفزيوني:

A. حوار مباشر.
B. حوار إعطاء المعلومات.
C. حوار الرأي.
D. حوار الشخصية.

الإجابة الصحيحة: حوار مباشر.

وظائف الحوار التلفزيوني:

A. الإعلام والأخبار.
B. الشرح والتفسير.
C. المناقشة.
D. التثقيف.

الإجابة الصحيحة: المناقشة.

خطوات إعداد البرامج الحوارية:

A. تحديد الإشكالية وإعدادها.
B. اختيار الضيوف.
C. معالجة قضايا معاصرة.
D. إعداد الأسئلة.

الإجابة الصحيحة: معالجة قضايا معاصرة.